

المرأة المصرية والإعلام في الريف والحضر

أ.د/ عواطف عبد الرحمن

المرأة المصرية والإعلام
في الريف والحضر

أ.د/ عواطف عبد الرحمن

البحث الحائز على الجائزة الأولى
من مركز معلومات المرأة والطفل بدولة البحرين (١٩٩٨)

طبقا لقوانين الملكية الفكرية

فريق البحث

أ. د عواطف عبد الرحمن الباحث الرئيسي

الباحثون في الجزء الإعلامي:

أ. د ليلى عبد المجيد. الإشراف العام

د. نجوى كامل.

د. أميرة العباسي.

د. جيهان يسري.

د. محمود خليل.

د. شريف درويش.

د. حسني نصر.

د. سيد بخيت.

د. محمد منصور.

د. سلوى العوادلي.

أ. أيمن سعيد.

أ. أحمد محمود.

أ. هشام عطية.

أ. سحر فاروق.

أ. أمل فاروق.

أ. ثريا البدوي.

أ. خالد صلاح الدين.

أ. جيهان رشاد.

أ. منى زين العابدين.

شاركت د. ناهد أبو العيون في الإشراف على متابعة وإعداد التقرير الاستطلاعي الخاص بالقائمات بالاتصال في الإعلام المرئي والمسموع.

الباحثون في الجزء الميداني:

قرية الزرابي:

أ. د. عواطف عبد الرحمن

أ. صديق ضاحي

أ. هويدا منير

جامعو البيانات من أبناء وبنات القرية:

أ. علي نصر

أ. سمير توفيق

أ. شادية رمضان

أ. ليلى عيد فضل

أ. سامية خلف الخضيري

قرية كمشيش:

د. نجوى كامل

جامعو البيانات من مركز البحوث العربية وأهالي القرية.

حي مصر القديمة:

أ.عادل شعبان

جامعو البيانات من مركز البحوث العربية وأهالي القرية.

الإشراف المالي والإداري:

أ. محمد حمدان

فهرس

مُقَدِّمَة

أوضاع المرأة

في حقبة التسعينيات

مُقَدِّمَة

أوضاع المرأة المصرية

في حقبة التسعينيات

تؤكد الشواهد المعاصرة أن قضية المرأة ليست مجرد قضية نظرية يمكن تناولها في إطار التوجهات السياسية والأيديولوجية لتحديث المجتمعات العربية فحسب، بل يلاحظ تميزها وخصوصيتها النوعية مقارنة بسائر القضايا المجتمعية الأخرى، مثل: قضايا الاستقلال السياسي أو التحرر الاقتصادي أو الذاتية الثقافية، فهي قضية تتشابك مع كل هذه القضايا وتنفرد بسمات نوعية ذات جذور تاريخية تتعلق بالنسق الثقافي والقيمي وتقسيم العمل والأدوار الاجتماعية بين الرجل والمرأة واستمرارية ورسوخ الأعراف وتأثير الدعوات الفكرية على خلخلة نسق القيم التقليدي المسيطر في المجتمعات العربية، فإن العامل الحاسم في تغيير وضعية النساء يكمن في التغييرات الجوهرية التي لا بد أن تتناول البنية التحتية للمجتمعات العربية بكل مكوناتها المادية المعاصرة والموروثة.

ولقد تعاظم الاهتمام بقضايا المرأة في مختلف أنحاء العالم بانتهاء عقد المرأة الأول (١٩٧٥ – ١٩٨٥) الذي شهد إقرار الأمم المتحدة للاتفاقية الدولية للقضاء على كافة أشكال التمييز ضد المرأة في ديسمبر ١٩٧٩ وانضمت ١١٦ دولة حتى نهاية عام ١٩٩٢. وفي إطار هذا الاهتمام الدولي صدرت العديد من التشريعات لتحسين أوضاع المرأة في كثير من الدول استجابة لنداءات الأمم المتحدة. كما أنكب الدارسون لإعداد الدراسات حول أوضاع المرأة وأدوارها. وبزغ منذ ذلك التاريخ داخل الحقل المعرفي للعلوم الاجتماعية - في إطار اهتمامها بقضية المرأة - العديد من المفاهيم التي أصبحت متداولة وشائعة على الصعيد العالمي مثل المشاركة والتمكين بأبعادها السوسيواقتصادية والثقافية ورغم أهمية هذه المفاهيم وما يدور حولها من جدل على الصعيد العالمي والغربي بصفة خاصة إلا أنها تحمل دلالات ومضامين تختلف باختلاف الميراث التاريخي والسياق المجتمعي والأوضاع السياسية والاقتصادية والثقافية التي تحدد مكانة المرأة وأدوارها في المجتمعات الغربية والتي تختلف جذريا عن المجتمعات العربية وعلى الأخص المجتمع المصري. فالمرأة المصرية قد خضعت في مسيرتها التاريخية لمجموعة من الثوابت والمتغيرات حددت مكانتها الاجتماعية وهويتها الثقافية وأدوارها الاقتصادية والسياسية. وتشير الدراسات إلى أن التكوين الأول للوجود المصري قام على أساس المشاركة الكاملة للمرأة في العمل، ومن ثم كانت مساواتها التامة بالرجل كأثر لوجودها الفعال على المستوى الاقتصادي والاجتماعي. وقد تجلت هذه المساواة في كافة مجالات الحضارة المصرية القديمة حيث حكمت أول ملكة في التاريخ وبرزت معانٍ: آلهة للعدالة، وإيزيس رمز الخير والفضيلة. ولم تشر الأدبيات الفرعونية إلى أي صورة من صور سيادة الرجل على المرأة، غير أن هذه الصورة المشرقة لم تستمر طويلا؛ إذ تعرضت مكانة المرأة المصرية لتغيرات جذرية نتيجة الاحتكاك بشعوب وثقافات لم تكن

تحمل للمرأة تلك النظرة المصرية التي تضعها على قدم المساواة مع الرجل تأسيسا على مشاركتها الفعلية في الإنتاج وصنع الحضارة. وقد حمل الفتح العربي لمصر في القرن السابع الميلادي الكثير من القيم البدوية والقبلية التي فرضت رؤيتها المتدنية للمرأة والتي طُرحت في سياق ديني مما أكسبها الكثير من القداسة والشرعية، وجاءت الحقبة العثمانية كي تضيف المزيد من القيود التي أسهمت في انحدار مكانة المرأة إلى أدنى درجة. وفي هذا السياق استمرت المرأة المصرية تواصل أداء دورها ومسئولياتها التقليدية داخل الأسرة في المدن، كما ظلت تشارك الرجل في تحمل أعباء العمل والإنتاج في الريف ولكن في إطار الإهدار الكامل لحقوقها وعدم الاعتراف بأدوارها وإسهاماتها الاجتماعية والاقتصادية.

وقد شهدت مصر منذ نهضتها الحديثة في القرن التاسع عشر بروز نمطين من العلاقات والقيم الاجتماعية والثقافية تمثل أولهما في النمط التقليدي الذي يقوم على توازن العصبيات وثقافة الموروث الديني؛ حيث لا وجود حقوقي أو سياسي للمواطن الفرد سواء أكان رجلا أم أمراه خارج إطار العصبية القائم على العائلة أو العشيرة وحيث تسود القيم الثقافية المتوارثة والتي تدور في جوهرها على ما استقر من مفاهيم جرى تصويرها على أنها مفاهيم دينية. ويعبر هذا النمط عن نظام تقسيم العمل الاجتماعي الذي تتميز به المجتمعات غير الصناعية ويتفاوت بين كل من البيئات البدوية والزراعية في الوطن العربي؛ حيث يلعب الرجل دور المنتج والمقاتل والفلاح في علاقة مباشرة مع العلم الخارجي، في حين تنكفئ المرأة داخل الأسرة كعنصر استهلاكي وينفرد الرجل داخل هذا النمط بالأولوية ضمن نظام القيم السائدة فيما تشكل المرأة أحد المحرمات المقدسة وتنحصر حدود فعلها الاجتماعي في أدوار: الأم والأخت والزوجة والابنة.

ويتجسد ثانيهما في النمط الأوروبي الوافد الذي بدأ يتغلغل في البلاد العربية في نهاية القرن الثامن عشر واتخذ أشكالاً تاريخية متباينة ومتنوعة عبر الاحتكاك السياسي والاقتصادي والعلمي في إطار محاولات الدول الأوروبية الكبرى للسيطرة على الإمبراطورية العثمانية التي كنا جزءا منها حتى أوائل هذا القرن. وأفرز هذا الاحتكاك نظاما قيميا وافدا انعكس على شتى المجالات السياسية والاقتصادية والفكرية التعليمية. كما حدد الصراع المستمر بين هذين النمطين مسار كل من المرأة والرجل العربي ضمن السياق المجتمعي العام الذي خصصت له المجتمعات العربية منذ نهاية القرن التاسع عشر، حيث أصبح الصراع سافرا بين نمط غربي وافد تغلغل داخل النسيج الثقافي والاجتماعي العربي وبين نمط تقليدي يدافع عن مصالحه السياسية وهويته الثقافية ولا يستطيع تجاهل التفوق العلمي والتكنولوجي الذي يتميز بهما الغرب، وقد اتخذت المواجهة بين هذين النمطين أشكالاً متعددة اختلفت باختلاف المراحل التاريخية التي مر بها العالم العربي وعبرت عن نفسها سياسيا في تراث حركة التحرر الوطني العربية التي انتزعت بعض المكاسب السياسية الشكلية وتمثلت في الاستقلال الوطني وبقيت الهيمنة الاقتصادية الغربية وإن تدثرت بأثواب معاصرة مباشرة على قضية المرأة العربية باعتبارها أحد المحكات التي تتميز بشفافية خاصة داخل النسق الثقافي والقيمي السائد. وأسفر هذا الصراع عن بروز ثلاث اتجاهات رئيسية ما زالت تتعايش وتتصارع حتى الآن في مواجهة حادة لم تحسم فصولها بعد إزاء مختلف القضايا الحياتية المعاصرة وفي قلبها قضية الوطن العربي.

ويمكننا أن نرصد هذه الاتجاهات على النحو التالي:

أولا: الاتجاه التقليدي السلفي:

يستمد شرعيته من التركة التاريخية من القهر والاستغلال المنظم للمرأة عبر العصور ومن التفسير السلفي الجامد للنصوص الدينية الذي ينظر للمرأة على أنها مخلوق ناقص عقلاً وديناً.. ويفرض هذا الاتجاه وجـوده بواسطة سلطة منظورة أو غير منظورة وعبر مجموعة من النواهي التي تستند إلى العرف والتقاليد والأديان. ويستفيد هذا الاتجاه من الأوضاع الراهنة في المجتمعات العربية التي تعاني من تفكك المنظومة القيمية وعدم التوازن الاجتماعي والاقتصادي وغياب الديمقراطية بفعل ضغوط النظم الحاكمة في إطار تبعيتها واستسلامها السياسي والاقتصادي للقوى الدولية المعاصرة.. ويستمد هذا الاتجاه استمراريته من خضوع وقبول وسـلبية القطاع الأكبر من النساء العربيات المتعلمات والأمنيات سواء في الحضر أو الريف، ويعبر عن نفسـه فـي بعض الكتابات والصور الإعلامية التي تحصر أدوار المرأة ومسئولياتها المنزلية وتلغي الخط الفاصل بـين حقوقها وإرادتها ككائن مستقل وبين تبعيتها لسلطة الرجل في الحقوق والمسئوليات داخل وخارج المنزل.

ثانيا: الاتجاه الاجتماعي المتحرر:

يستند إلى الدعوات الفكرية التي تبناها جيل الرواد في الوطن العربي مثل: رفاعة الطهطاوي وقاسم أمين وغيرهما مطالبين بسفور المرأة وتحررها في إطار حركة الإحياء القومي التي تمثلت في المحاولات الطليعية لجيل الرواد من المثقفين العرب الذين بشروا بقيم جديدة نتيجة احتكاكهم بالثقافة الغربية بعد فتـرة انكمـاش حضاري طويلة خلال الحقبة العثمانية؛ حيث سيطرت على الفكر العربي الإسلامي قوالب جامدة. وقد سـاعد على نمو وازدهار هذا الاتجاه التغيرات الاجتماعية التي طرأت على أوضاع المرأة العربية؛ بفضل انتشـار التعليم وخروج المرأة للعمل، وذلك في إطار ثورات التحرر الوطني التي هزت المجتمعات العربيـة خـلال السيطرة الأوروبية وصولاً إلى مرحلة الاستقلال، ويعبر هذا الاتجاه عن نفسه في التيارات المعاصرة التـي تنادي بضرورة إدماج المرأة في التنمية، أي: اشتراكها في كافة الأنشطة المجتمعية السياسـية والاقتصـادية والثقافية.

ثالثًا: الاتجاه النسوي لتحرير المرأة:

وينقسم هذا الاتجاه إلى تيارين: ـ أولهما: التيار التقليدي شبه المنغرب الذي يستند إلى الرصيد الذي حققته المرأة العربية في مجال التعلم والعمل ويتشبه بالحركات النسوية الغربية التي تحصر نضال المرأة من أجـل التحرر في أطر معزولة تعكس رؤية أحادية في قضية تحرير المرأة، ويضم هذا التيار معظـم التنظيمـات النسائية العربية التي كرست هامشية النضال النسائي في العالم العربي، ويحاول هذا التيار التوفيق بين الأطر النسائية الوافدة من الغرب وبين قيم المجتمع التقليدي التي يفرضها النسق الثقافي السـائد فـي المجتمعـات العربية.

أما التيار الثاني: فهو تبني الرؤية النسوية الغربية في تحرير المرأة من خلال تحطيم النظام الأبوي الـذي يميز نمط العلاقات بين الجنسين سواء داخل الأسرة أو في المجتمع بكافة مؤسساته وأنساقه الثقافية السـائدة. ويضم هذا التيار شريحة محدودة من النساء العربيات ذوات الثقافة الغربية، وتكمن أشكال هذا التيار في إنـه لا يربط بين تحرر المرأة وتحرر المجتمع بل يؤكد على فردية وأحادية النضال النسائي.

هذا وقد انعكست الاتجاهات الثلاثة بتياراتها المختلفة على معالجات ومواقف وسائل الإعلام من القضـايا النسائية في العالم العربي وأنتجت لنا صورا إعلامية عن المرأة تجسد مختلف التناقضات وصـور التفـاوت الاجتماعي والثقافي التي تشكل الواقع الراهن للمرأة العربية.

وقبل أن نتعرض بالتفصيل لهذا الجانب يجدر بنا أن نلقي نظرة شاملة على الواقع النسائي العربي الراهن في مختلف المجالات سواء في إطار التعليم أو العمل أو المشاركة السياسية أو القوانين والتشريعات.

الواقع النسائي الراهن في مصر:

ثمة تغيرات جوهرية لا يمكن إغفالها طرأت على الواقع النسائي المصري خلال الخمسين سنة الماضـية؛ تمثلت في العديد من الجهود الحكومية وغير الحكومية للنهوض بأوضاع المرأة المصرية في إطار التغيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية التي شهدها المجتمع المصري المعاصـر. إذ لا يمكـن إغفـال الزيادة المضطردة في نسبة الفتيات المتعلمات ونسبة النساء العاملات. غير أن الزيادة الكمية الملحوظة سواء في عدد النساء المتعلمات أو العاملات ليست في حد ذاتها دليلاً على التغيير الجوهري في الوضع الاجتماعي للمرأة أو قرينة على تحررها الشامل بصورة حقيقية. فما زالت المرأة المصرية تواجه كثيرا من العقبات التي تحول دون انطلاقها بكامل قدراتها ومواهبها للمشاركة في صياغة شكل المجتمـع وعلاقاتـه. ولا شـك أن محاولة تأمل نتائج الدراسات والمسوح التي أجريت عن الأوضاع المجتمعية للمرأة المصرية سواء في مجال التعليم أو العمل أو الثقافة أو المشاركة السياسية سوف تكشف لنا عن عمق التناقض الذي تعاني منه المـرأة المصرية بسبب التحديات التي تواجهها في شتى المواقع وفي مختلف المستويات والشرائح لذلك نلاحـظ مـا يلي:

في المجال التعليمي:

تنص المادة العاشرة من الاتفاقية الدولية للقضاء على كافة أشكال التمييز ضد المرأة على التـزام الـدول الأطراف باتخاذ كافة التدابير المناسبة للقضاء على التمييز ضد المرأة في المجال التعليمي سواء أكان تمييزا فعليا أم قانونيا. كما تنص المادتان ١٨، ٢٠ من الدستور المصري الصادر ١٩٧١ على (أن التعليم حق تكفله الدولة لجميع المواطنين وهو إلزامي في المرحلة الابتدائية ومجاني في مراحله المختلفة) ويتبين من ذلـك أن الدستور المصري لم يميز بين المرأة والرجل في مجال التعليم، هذا وتشير الإحصاءات الرسمية إلى التقـدم الهائل الذي أحرزته النساء في تحسين معدلات تعلم القراءة والكتابة؛ إذ ارتفعت النسبة من ١٢% عام ١٩٦٠ إلى ٣١% عام ١٩٨٦، وكذلك في مستويات التعليم المختلفة سواء في المرحلة الابتدائية حيث بلغـت نسـبة

الإناث ٩١% عام ١٩٢٢ بعد أن كانت لا تزيد على ٣٨% عام ١٩٦٠، أما مرحلة التعليم الإعدادي والثانوي فقد قفزت النسبة من ٢٨% عام ١٩٦٠ إلى ٤٤%، ٤٢% عام ١٩٩٠، إلا أن خريطة توزيع تعليم الإنـاث تحوي الكثير من المفارقات إذ تتكثف النسبة في العواصم الكبرى مثـل القـاهرة والإسـكندرية وعواصـم المحافظات وتقل في أطراف المدن (والأحياء العشوائية) وفي الريف حيث تزداد النسبة في الوجـه البحـري عنها في الوجه القبلي. وإذا انتقلنا إلى التعليم الجامعي نلاحظ أنه رغم التحسن العام في معدل نسبة الإقبـال من جانب الإناث على التعليم الجامعي فقد بلغت عام ١٩٩٣ ٣٨,٦% قياسا إلى ٣٤,٥% عـام ١٩٨٣ ممـا يكشف عن ضآلة التحسن، علاوة على استمرار الفجوة بين عدد الطلبة والطالبات في التعليم الجامعي إذ تشير الإحصاءات (١٩٨٦) إلى أن نسبة الذكور الحاصلين على مؤهل جامعي قد بلغـت ٤,٧% مقارنـة بنسـبة ١,٤% للإناث، وكذلك الأمر بالنسبة لفجوة الأمية التي تتزايد بمرور الأيام بالنسبة للإناث رغم التقدم الـذي حدث خلال ثلاثة عقود من ١٩٦٠ – ١٩٨٦ إذ تناقصت الأمية بين الإناث بنسبة ١٥% وبين الرجال بنسبة ٢٠% إلا أن الأمية لا تزال مرتفعه ومتصاعدة في الارتفاع بين الإناث؛ إذ تبلغ ٧٦,١% بين النساء الريفيات و ٤٤,٨% بين نساء الحضر بينما لا تزيد على ٣٧,٤% بين الذكور كذلك يلاحظ ازدياد نسبة التسرب مـن المدارس بين الإناث في مرحلتي التعليم الإعدادي والثانوي وخصوصا في الريف، ويعزي هذا إلى العـادات والتقاليد الاجتماعية التي لا تشجع تعليم الإناث فيما بعد المرحلة الابتدائية وبفضل الاستعانة بهن في الأعمال المنزلية أو في الزراعة. كذلك يحول الزواج المبكر للإناث في الريف دون استكمال الفتـاة لتعليمهـا. هـذا وتؤكد معظم الدراسات الأمبيريقية التي أجريت على المرأة المصرية والتعليم على جملة حقائق نوجزها على النحو التالي:

أولاً : تعدد تصور التفاوت الكمي والنوعي والجغرافي في خريطة التعليم في مصر وتأثير ذلك بصورة سلبية على حجم ونوعية مشاركة النساء في المراحل التعليمية المختلفة.

ثانيا : تزايد معدلات الأمية بين النساء وعلى الأخص في المناطق الريفية والأحياء الشعبية والعشـوائية في المدن؛ بسبب هيمنة التقاليد والقيم الثقافية المتوارثة التي تضع تعليم الأنثى في أولوية متـأخرة عن الذكر علامة على تزايد رقعة الفقر.

ثالثًا : قصور مناهج التعليم فيما يتعلق بوضعية المرأة وحقوقها؛ إذ يغلب عليها الرؤية الذكورية التقليدية التي تعيد إنتاج النظرة التقليدية للمرأة وأدوارها ومسئولياتها ولا تسعى لتصحيح المفـاهيم البدويـة والقبلية الوافدة والتي تتعارض مع مكانة المرأة ودورها التاريخي، والمعاصرة في صنع الحضـارة المصرية.

رابعا : تقصير وسائل الإعلام في القيام بدور ايجابي لمحو الأمية بين الإناث والإسهام في رفع وتطـوير وعي المرأة بحقوقها وكيانها وعلى الأخص المرأة الريفية.

خامسا : ارتفاع نسبة مشاركة المرأة المصرية في التعليم خلال العقود الأربعة الماضية لم يصاحبه ارتفاع مماثل في مشاركة المرأة في قوة العمل أو في المشاركة السياسية مما يفرغ التعليم من محتواه الاجتماعي بالنسبة للمرأة ويحوله إلى أداة مظهرية ظاهرها التقدم بين تهدف في جوهرها إلى تكريس الأوضاع التقليدية للمرأة المتعلمة.

النشاط الاقتصادي للمرأة المصرية:

على الرغم من أن المرأة المصرية تتمتع - بحكم القانون - بالمساواة الكاملة في ميدان العمل، وعلى الرغم من الدور الاقتصادية الهام الذي تقوم به المرأة سواء في الريف أو الحضر إلا أن ثمة سلبيات ومعوقات تواجه المرأة المصرية خصوصا في سوق العمل الذي لا يزال يشهد فجوة نوعية، وإذا كانت المادة ١١ من الاتفاقية الدولية للمرأة تنص على التزام الدول الأطراف باتخاذ كافة التدابير المناسبة للقضاء على التميز ضد المرأة في ميدان العمل وبصفة خاصة لمنع التمييز ضد المرأة بسبب الزواج أو الأمومة وكذلك نصت المادة ١٠، ١١ من الدستور المصري على التزام الدولة بحماية الأمومة والطفولة ومساعدة المرأة على التوفيق بين واجباتها الأسرية وعملها وخارج المنزل، كما نصت كافة القوانين المنظمة للعمل وعلى الأخص قانون العمل ١٣٧ لعام ١٩٨١ على المساواة القانونية فيما بين المرأة والرجل دون أي تمييز (حماية المرأة من المهن الضارة والخطيرة والعمل الليلي) ـ غير أن مجال التطبيق الفعلي لكافة هذه القوانين يكشف عن غياب المساواة إلى حد ملحوظ. وتشير الإحصاءات الرسمية (١٩٨٦) إلى أن مشاركة المرأة في قوة العمل على مستوى القومي قد زادت من ٧% عام ١٩٧٦ إلى ١٠% عام ١٩٨٦ ويرفع هذا التقرير إلى ٢١% عام ١٩٩١ وفقًا لآخر إحصاء للعمالة وهو الإحصاء الذي أعاد النظر في تعريف العمالة بحيث أصبح يشمل النساء العاملات في القطاع غير الرسمي وعلى الأخص الزراعة وتربية الحيوان مستفيدا من تقرير التنمية البشرية ١٩٩٥ الذي استحدث دليلاً للتنمية البشرية المرتبط بنوع الجنس؛ إذ يحدد ترتيب ١٣٠ دولة طبقًا لمعايير عالمية وتقع الدول العربية ومن بينها مصر في مجموعة الدول التي كان ترتيبها حسب هذا الدليل أقل بدرجة ملحوظة من ترتيبها حسب دليل التنمية البشرية العام، ويعزى ذلك إلى ارتفاع نسبة عدم المساواة في توزيع القدرات البشرية الأساسية بين الرجال والنساء.

وتشير خريطة العمالة النسائية في مصر إلى مجموعة حقائق نذكر منها:

١- أن القطاع الحكومي لا يزال في أكثر القطاعات توظيفًا للمرأة.

٢- أن قطاع الخدمات يحتل المرتبة الثانية بعد الزراعة في عمالة المرأة يليه قطاع التمويل والتأمينات ثم قطاع الصناعات التحويلية.

٣- تشير بعض الدراسات إلى أن نسبة العمالة النسائية في قطاع الصناعة لا يزيد على ١% في حين تشكل في الزراعة ٤٣% بينما تصل نسبتهن في قطاع الخدمات إلى ما يقرب من ٤٧%.

٤- تشير الإحصاءات الرسمية (١٩٨٦) إلى أن مساهمة المرأة في قوة العمل في الريف لا تزيد على ٥,٤% بينما تؤكد الدراسات الميدانية أن ٢٥% من العمل في الريف تقوم به النساء وأن معظم وقت المرأة في الريف (حوالي ٧٠%) تخصصه للأعمال الحقلية وتربية الحيوانات وأن ما تخصصه للأعمال المنزلية لا يزيد على ٣٠% من إجمالي وقتها.

٥- تشير الإحصاءات الرسمية إلى تفاوت نسبة مساهمة المرأة في قوة العمل في المحافظات المختلفة فهي تبلغ أقصاها في محافظتي بورسعيد (٢١,٧) والقاهرة (١٨,٤) وتنخفض في محافظات الوجه القبلي (أسيوط ٧% - قنا ٤,٢%) وتصل إلى أدنى درجاتها في محافظتي سيناء والوادي الجديد (٤,٢%).

٦- في إطار الآثار الجانبية الناتجة عن سياسات الإصلاح الاقتصادي والخصخصة تعاني النساء أكثر من الرجال من ارتفاع معدلات البطالة؛ فقد أخذت معدلات بطالة المرأة في التزايد منذ منتصف الثمانينات حتى بلغت حولي أضعاف معدلات بطالة الرجال. وفي الوقت نفسه تتزايد أعداد النساء الفقيرات اللائي يعشن تحت خط الفقر والتي كانت قد بلغت عام ١٩٨٨ حوالي ٣٨١ مليون امرأة وقد ترتب على ذلك ارتفاع نسبة المتسربات من التعليم مما ضاعف نسبة الأمية من النساء عنها بين الرجال، علاوة على دخولها مبكرا إلى سوق العمل وحرمانهن من التعليم والتدريب؛ مما أضعف قدرتهن التنافسية في سوق العمل.

٧- شهدت السنوات الأخيرة تراجعا عن مبدأ المساواة بالنسبة للمرأة في مجال العمل، وقد تبدى ذلك من خلال بعض الممارسات المخالفة للدستور والقانون مثل: الإعلان في الصحف اليومية عن وظائف خالية والاشتراط أن يكون المتقدم للوظيفة رجلا. وقد شجع عدم التصدي لهذه الممارسات بعض الشركات والبنوك في القطاعين العام والخاص على تفضيل إعطاء فرص العمل للرجل دون المرأة. هذا في الوقت الذي ارتفعت بعض الأصوات تنادي بعودة المرأة إلى البيت وحرمانها من حق العمل. وقد بدأت كثير من الجهات في تنفيذ ذلك بعدم توظيف النساء، ولا شك أن الاستجابة لهذه الدعوى تعني أن يقع عبء الإعالة على ٣٢% من السكان، في حين أن مجمل عدد المواطنين في سن العمل يبلغ حوالي ٦٣%.

٨- تشير بعض الدراسات إلى ارتفاع عدد النساء اللائي يعلن أسرهن، فقد بلغت نسبة الأسر التي تعولها نساء ٢٥% في بداية التسعينيات وتعاني هذه الفئة أكثر من سواها من آثار الفقر، وقد بلغت نسبة الأمية بينهن ٩٠% في الريف.

٩- تعاني المرأة العاملة من مشكلة تعدد الأدوار التي تقوم بها وكذلك عدم توفر الخدمات التي تساعدها على أداء هذه الأدوار. وإذا كان التكيف الهيكلي والإصلاح الاقتصادي يؤثران أساسا على الرجل كمنتج فإنهما يؤثران على المرأة بعدة أشكال كأم وكمديرة لأسرة معيشية وكعاملة في خدمة المجتمع المحلي وكمنتجة للسلع والخدمات.

١٠- تعاني المرأة من نقص فرص التدريب المهني للرجال واقتصاره على المجالات التقليدية مما يعـوق اندماج النساء في سوق العمل، كما يؤثر سلبا على مستوى الأجور والدخل وفرص العمل المتاحـة للنساء.

وضعية المرأة المصرية في أطار قانون الأحوال الشخصية:

لقد تحفظت مصر وكذلك باقي الدول العربية والإسلامية على نص المادة ١٦ والمادة ٢ [1] من الاتفاقيـة الدولية للمرأة خشية أن تتعارض المساواة في الحقوق الواردة في هذه المواد مع مبادئ الشـريعة الإسـلامية التي تستند إليها قوانين الأحوال الشخصية المعمول بها في مصر. وقد صدر أول قانون للأحوال الشخصـية في مصر تحت رقم ٢٥ لعام ١٩٢٠ وتعدل بموجب القانون رقم ٢٥ لعام ١٩٢٩ وبعد حوالي خمسين عامـا صدر القانون رقم لعام ١٩٧٩ يحمل بعض التعديلات الجزئية التي لاقت موجة من الاعتراضات من جانـب التيار الديني المتشدد؛ على أساس أن هذا القانون قد قيد حق الزوج في تعدد الزوجات وفي الطـلاق، وفـي مايو ١٩٨٥ صدر حكم المحكمة الدستورية العليا ببطلان القانون رقم ٤٤ لعام ١٩٧٩ لسـبب شـكلي دون التعرض لمضمون القانون، وقد ترتب على الحكم ببطلان هذا القانون العودة إلى سريان قـوانين الأحـوال الشخصية الصادرة في العشرينيات. وقد شهدت هذه الفترة موجة احتجاج عامة شـاركت فيهـا التنظيمـات النسائية التي طالبت بضرورة إصدار قانون جديد ومتكامل للأسرة يغطي كافة جوانب العلاقـات الزوجيـة ويتفق مع المستجدات العصرية وحجم الإنجازات التي حققتها المرأة المصرية في مختاف المجـالات. وقـد تصدت المجموعات النسائية للهجمة الشرسة التي شنتها بعض الدوائر السلفية والتيارات الدينية المتشددة فـي محاولة يائسة للإبقاء على أوضاع جائرة تتناقض مع جوهر الشريعة الإسلامية. وقد تزامنت هذه الجهود مع انعقاد المؤتمر العالمي للمرأة الذي عقد في نيروبي عام ١٩٨٥ بمناسبة انتهاء عقد المرأة العالمي مما أسـهم في التعجيل بصدور القانون رقم ١٠٠ لعام ١٩٨٥ الذي أعاد نصوص القانون الملغَى (رقم ٤٤ لعام ١٩٧٩) وإن كان قد قدم بعض التنازلات استجابة لضغط التيارات الديني المحافظ.

---

[1] تنص المادة ١٦ من اتفاقية المرأة على التزام الدول الأطراف باتخاذ جميع التدابير المناسبة للقضاء على التمييز ضد المـرأة في كافة الأمور المتعلقة بالزواج والعلاقات الأسرية خصوصا المساواة في حق إبرام عقد الزواج وحرية اختيار الـزوج، وفي جميع الحقوق والالتزامات أثناء علاقة الزواج وعند إنهائها وحق اتخاذ القرار في شأن عدد الأطفـال والفتـرة بـين إنجاب طفل وآخر وفي الحصول على المعلومات والتعليم والوسائل الكفيلة بتمكين المرأة من ممارسة حـق الاختيـار أو الاحتفاظ باسم أو لقب العائلة وحق اختيار المهنة والعمل والمساواة في حقوق الملكية وإدارة الممتلكات والتصـرف فيهـا بالإضافة إلى ضرورة تحديد حد أدنى لسن الزواج وتسجيل عقود الزواج في سجل رسمي. (المصدر – منى ذو الفقـار – المرأة المصرية في عالم متغير- رسائل النداء الجديد رقم ٦.

وعندما نتأمل إجمالية قانون الأحوال الشخصية المعمول به حاليا نلاحظ احتواءه على العديد من مظاهر التميز ضد المرأة والتي تتنافي مع ما تنص عليه المادة ١٦ من الاتفاقية الدولية للمرأة ويمكن حصرها بإيجاز على النحو التالي:

١- يعطي القانون المصري للرجل حق تطليق زوجته وقتما يريد ويحرم المرأة من ممارسة هذا الحق إلا في حالات استثنائية؛ عندما تكون العصمة في يد الزوجة، وفيما عدا ذلك على الزوجة المتضررة أن تلجا للقضاء وتثبت بشكل مادي صور الضرر التي تتعرض لها. وقد أثبتت التجربة العملية أن الضرر عامة والضرر النفسي خاصة كسبب للتطليق أمر يصعب على المرأة إثباته بشكل مرض، ويؤدي ذلك في كثير من الأحيان إلى طول الإجراءات وتفاقم الضرر الذي ينعكس على جميع أفراد الأسرة، كما أثبتت التجربة العملية أن انفراد الزوج بحق التطليق كثيرا ما يشجعه على التعسف في استخدامه.

٢- يحق للزوج رفع دعوة طاعة على زوجته في حالة تركها منزل الزوجية وذلك طبقًا للمادة ١١ مكرر ثانيا من قانون الأحوال الشخصية، وإذا امتنعت الزوجة عن تنفيذ حكم الطاعة تصبح ناشزا ويسقط حقها في النفقة.

٣- يمنح القانون المصري الرجل الحق في أن يعدد حتى أربع دون قيد أو شرط سوى الإضافة التي جاء بها القانون رقم ١٠٠ لعام ١٩٨٥ والتي تنص على ضرورة إخطار الزوجة الأولى عند اقتران زوجها بأخرى، وفي هذه الحالة لا يحق لها طلب الطلاق إلا إذا أثبتت الضرر المادي والمعنوي الذي لحقها والذي يتعذر معه دوام العشرة بين أمثالها. وكان هذا الضرر مفترضا في القانون الملغي (رقم ٤٤ لعام ١٩٧٩) حيث كان ينص على حق الزوجة في طلب الطلاق للضرر في خلال سنة من تاريخ الإخطار.

٤- ينص القانون المصري على حق الأب في أن يمنح جنسيته لأبنائه إذا تزوج بأجنبية بينما تحرم الأم من هذا الحق ويعامل أبناؤها عاملة الأطفال.

٥- يعطي القانون المصري للأم حق حضانة أطفالها حتى سن العاشرة للولد والثانية عشرة للبنت وللقاضي حق مد حضانة الأم للخامسة عشرة للولد وحتى الزواج للبنت طبقًا لما يراه متفقًا مع مصلحة الصغار، وبالرغم من أن قانون الأحوال الشخصية قد أعطى حضانة الأطفال للنساء طبقًا لما سلف إلا أن الولاية تستمر للأب حتى في خلال فترة حضانة الأم للأطفال.

هذا وهناك بعض الحقوق التي يكفلها القانون المصري - من الناحية النظرية - للمرأة مثل المساواة في حق التملك وإدارة الممتلكات والتصرف فيها. إلا أن ارتفاع مستوى الأمية بين النساء وغياب الوعي القانوني وسيطرة العادات والتقاليد المنحازة للذكور تحول دون ممارسة المرأة المصرية لكثير من حقوقها التي كفلتها لها القوانين، كذلك لوحظ أن قانون الأحوال الشخصية قد حدد الحد الأدنى لسن الزواج بـ ١٦ عاما للمرأة و١٨ عاما للرجل. إلا أن أحدث الإحصائيات المنشورة تشير إلى أن ٢٥% من النساء المصريات (أغلبهن في الريف) قد تزوجن في سن تقل عن ١٥ عاما.

مشاركة المرأة المصرية في الحياة السياسية ومراكز صنع القرار:

حظيت المرأة المصرية بإطار دستوري وقانوني بالغ لتقدم حقوقها السياسية في التصويت والترشيح ابتداء من دستور ١٩٥٦ ولقد أكد الدستور المصري الصادر عام ١٩٧١ على مساواة المرأة في الحقوق السياسية بدون أي تمييز، إلا أن قيد المرأة في جداول الانتخابات كان اخيارا حتى صدور القانون رقم ٤١ لعام ١٩٧٩ والذي أزال هذه التفرقة وجعل القيد في جداول الانتخابات إجباريا بالنسبة لكل من الرجال والنساء. كما خصص القانون ٣٠ مقعدا للمرأة لضمان تمثيلها في مجلس الشعب؛ وذلك مراعاة للظروف التاريخية والاجتماعية التي حالت دون تأهيل المرأة المصرية للمشاركة في الحياة السياسية واستجابةً للمادة الرابعة من الاتفاقية الدولية للمرأة التي ألزمت الدول الأطراف باتخاذ الإجراءات التي تكفل ضمان التعجيل بتحقيق المساواة الفعلية بين الرجل والمرأة. هذا ويلاحظ أن المشاركة النسائية في مجلس الشعب قد بلغت ذروتها في عام ١٩٨٦ (٣٠ عضوة منتخبة لمقاعد المرأة و٤ منتخبات و٣ عينات) بنسبة ٦,٧% من أعضاء مجلس الشعب، ثم بدأت في الانخفاض حتى وصلت إلى ٢٠% عام ١٩٩٠. ولا تتوفر حتى الآن إحصائيات عن نسبة المشاركة النسائية في المجالس المحلية غير أنه يلاحظ أنها لا تختلف كثيرا عن نسبة المشاركة في المجالس النيابية (مجلس الشعب والشورى) ورغم تدني هذه النسبة فإن المشاركات في أنشطة هذه المجالس ولجانها المختلفة - على قلتهن - كن فاعلات ومتميزات في المستوى التعليمي عن الرجال. وعلى صعيد التنظيمات الحزبية يلاحظ من خلال الدراسات القليلة التي أجريت أن نسبة المشاركة النسائية تتراوح ما بين ٣، ٤% سواء في الحزب الحاكم أو أحزاب المعارضة ويمكن تفسير ذلك في ضوء المناخ العام الذي لا يشجع على المشاركة السياسية سواء بالنسبة للرجل أو المرأة علاوة على ضعف التنظيمات الحزبية وعجزها عن كسب ثقة الجماهير وغياب الاستقرار التشريعي لنظام الانتخابات خلال الفترة من ١٩٨٣ – ١٩٩٠.

كما أن ارتفاع نسبة الأمية بين النساء المصريات ورسوخ التقاليد خاصة في الريف حيث يسود عدم الإيمان أصلاً بأن يكون للمرأة دور سياسي أو دور هام خارج نطاق الأسرة كل هذه العوامل مضافًا إليها غياب الوعي لدى المرأة بأهمية المشاركة السياسية أدت إلى ضآلة المشاركة النسائية في المجالات السياسية والعامة، وقد تجسد ذلك في كافة المواقع العامة مثل النقابات والمنظمات الأهلية غير الحكومية ومشروعات الخدمة العامة؛ حيث تشير الإحصاءات المتاحة إلى ضعف المشاركة النسائية بصورة لافتة للنظر.

وزاد من وطأة الأمر وجود القيم والعادات والموروث الثقافي المتعلق بدور ومكانة المرأة في الأسرة التقليدية، هذا إلى جانب أن المرأة الريفية تفتقر إلى الوعي بدورها الإنتاجي في الاقتصاد القومي.

هذا ورغم ما تنص عليه المادة ١٤ من الاتفاقية الدولية للمرأة بضرورة التزام الدول الأطراف بتحسين أوضاع المرأة الريفية ومراعاة الأدوار الهامة التي تؤديها في تأمين أسباب البقاء اقتصاديا لأسرتها بما في ذلك عملها الاقتصادي دون أجر، وذلك بالعمل على إزالة الفجوة الحقوقية بينها وبين الرجل في مجال التعليم والتأمين الاجتماعي والمشاركة في وضع وتنفيذ الخطط التنموية على جميع المستويات، والمساواة في المعاملة في مشروعات الاستصلاح الزراعي ومشاريع التطوير الريفية، والحصول على التسهيلات اللازمة

في التسويق والتكنولوجيا الملائمة والقروض والائتمان. إلا أنه يلاحظ أن المرأة الريفية في مصر لا تتمتـع بأية حماية قانونية في ظل قوانين العمل السارية ولا بأي حقوق في التأمينات الاجتماعية. كما أن حق المرأة الريفية في الحصول على الائتمان والقروض وتسهيلات التسويق والتكنولوجيا والمشاركة في تنميـة وتنفيـذ برامج الرعاية الصحية والاجتماعية - كل هذه الحقوق لا تزال نظرية حيث يحول دون تطبيقها أو ممارستها مجموعة العوائق التي سبق الإشارة إليها؛ وتتمثل في ارتفاع نسبة الأمية بين النساء الريفيات وتعدد مسئوليات المرأة الريفية العاملة علاوة على سيطرة التقاليد والقيم الذكورية في الريف المصري.

المرأة المصرية والإعلام:

تشير الدراسات التي أجريت عن المرأة والإعلام إلى مجموعة من الحقائق نوجزها على النحو التالي:

١- تتفق وسائل الإعلام المصري المقروء والمرئي والمسموع في التركيز على الأدوار التقليدية للمرأة كزوجة وأم وربة بيت بينما لا تنال الأدوار الأخرى للمرأة في مواقع الإنتاج والمشاركة الاجتماعية والسياسية والثقافية والإبداعية إلا اهتماما هامشيا. كما تركز السينما والدراما التليفزيونية على ثلاثة أدوار تقليدية للمرأة تنحصر في الزوجة الخاضعة للزوج والحريصة على الاحتفاظ به بـأي ثمـن، والأم المعطاءة والمنحازة للذكور منهم، والابنة المطيعة لوالديها. فضلاً عن شيوع نمـوذج المـرأة اللاهثة وراء الثروة أيا كانت مصدرها، وبائعة المخدرات، والراقصة وفتاة الملاهي الليلية في كثير من الأعمال السينمائية.

٢- تركيز وسائل الإعلام المصرية على قطاعات محدودة من النساء تتمثل في الشرائح العليا من سكان المدن وتتجاهل في مقابلها نساء الريف والقطاعات الشعبية من نساء الحضر، وقد أظهرت الدراسة الأخيرة التي يضمها هذا الكتاب غياب المرأة الريفية عن وسائل الأعلام المصرية؛ إذ لم تتجـاوز نسبة الاهتمام بها في الصحف والمجلات عن ٢,٣%.

كما أن الحالات التي عولجت فيها قضايا المرأة الريفية تم ذلك بصورة بعيدة عن واقعها الحقيقـي، وفـي إطار الجرائم وأزمة الشغالات وكذلك لم يتجاوز نصيب المرأة الريفية من اهتمام بـرامج الإعـلام المرئـي والمسموع ٤,٥% من مجموع المواد التي قدمت خـلال حقبتـي السـبعينيات والثمانينيـات فـي الراديـو والتليفزيون.

٣- تُولي وسائل الإعلام المصرية اهتماما مبالغًا فيه لبعض المهن النسائية على حساب المهن الأخـرى مثل اهتمامها بالفنانات، والرياضيات، وسيدات الأعمال، ونساء السلك الدبلوماسي، وأنشطة نسـاء الحزب الحاكم، على حساب المعلمـات، والطبيبـات، والمحاميـات، والموظفـات، والعالمـات، والباحثات، والفلاحات، والعاملات.

٤- تتجاهل وسائل الإعلام المصرية - بصورة عامة - الموضوعات التي تعكس التطور الـذي طـرأ على وضعية ومكانة المرأة المصرية من خلال إبراز الإنجازات التي حققتها عبر نصـف القـرن الأخير، فيلاحظ إهمالها لقضية المشاركة النسائية فـي الأنشـطة السياسـية والنقابيـة والثقافيـة

والإيداعية، كما تتجنب الاقتراب من بعض القضايا النسائية الأخلاقيـة مثـل: قـوانين الأحـوال الشخصية، والأسباب الاجتماعية للجرائم النسائية خصوصا الانحرافات الأخلاقية التـي غالبـا مـا تحدث لأسباب اقتصادية وضغوط اجتماعية تتعرض لها نساء الطبقات الفقيرة بصفة خاصة.

٥- تتجاهل وسائل الإعلام المصرية الاحتياجات الاتصالية للجماهير النسائية في الريف والحضر فـلا تخصص - إلا في النادر - بريدا للقارئات أو برامج المستمعات والمشاهدات، كما لا تحاول تنظيم حملات إعلامية للتوعية الصحية أو البيئية أو السياسية للقطاعات النسائية المحرومـة مـن هـذه الخدمات.

٦- تشير الدراسات إلى افتقار الإعلاميات المصريات (الصحفيات والإذاعيات) إلى الثقافة المجتمعيـة المعاصرة بصفة عامة وما يتعلق بقضية المرأة بصفة خاصة.

فقد أبرزت هذه الدراسات التناقص الواضح بين صورة المرأة كما تقدمها وسائل الإعلام وبين الصـورة المرتسمة في أذهان الإعلاميات اللائي يتولين كتابة ونشر وإذاعة المواد الإعلامية التي تتشكل منها صـورة المرأة المصرية لسلبياتها وإيجابياتها.

٧- تتحكم الانتماءات الفكرية والثقافية للقيادات الإعلامية في السياسات الإعلامية في مجال المرأة. فقد لوحظ أن هذه القيادات لا تملك تصورا محددا إزاء قضايا المرأة، فضلاً عن تأرجح بين الاتجاهات التقليدية السلفية التي تؤمن بالموثرات التاريخية، وفكرة النقص الأنثوي وسيطرة النمط الأبوي وبين الاتجاهات المتغربة الوافدة. وقليل منهم يتبنى الاتجاه الاجتمـاعي المتحـرر إزاء قضـية المـرأة وينعكس هذا الخليط الفكري في صورة تناقضات يعاني منها الإعلام النسائي في مصر.

وفي ضوء هذه الحقائق تبرز مجموعة من الضرورات التي تفرض على القيادات الإعلاميـة المصـرية مراعاة الالتزام بالدور الاجتماعي والثقافي للإعلام، فهي تملك إمكانية تغيير الصورة السلبية السـائدة عـن المرأة في الوسائل الإعلامية المختلفة، وذلك بالعمل على تغيير صورة المرأة عن نفسها وإبـراز إسـهاماتها الفعلية المتعددة في مختلف جوانب الحياة المعاصرة، هذا ويلاحظ أنه على الرغم من الزيادة الكمية في عـدد النساء العاملات في حقل الإعلام إلا أن قلة منهن قد وصلن إلى مناصب ترقى إلى مستوى اتخاذ القرارات.

كما أن السياسات الإعلامية الخاصة بالمرأة لم يطرأ عليها أي تغيير إيجابي من خـلال هـذه القيـادات النسائية.

المراجع التي اعتمدت عليها المقدمة

١- تقرير المؤتمر العالمي الرابع المعني بالمرأة – الأمم المتحدة – بكين – سبتمبر ١٩٩٥.

٢- منى ذو الفقار: المرأة المصرية في عالم متغير – رسائل النداء الجديد رقـم ٦ – القـاهرة – ينـاير ١٩٩٦.

٣- محمود عودة: ملامح واقع المرأة المصرية – المؤتمر القومي الثاني للمرأة – القاهرة – أبريل ١٩٩٦.

٤- كاملة منصور: المرأة الريفية في مصر – المؤتمر القومي الثاني للمرأة – القاهرة – أبريل ١٩٩٦.

٥- خطة العمل العربية للنهوض بالمرأة حتى عام ٢٠٠٥ – الاجتماع العربي الإقليمي التحضيري للمؤتمر الرابع للمرأة – بكين ١٩٩٥ – عمان – الأردن – نوفمبر ١٩٩٤.

٦- عواطف عبد الرحمن: المرأة العربية والإعلام بين الواقع والاستجابة، مجلة الدراسـات الإعلاميـة – القاهرة.

٧- هدى صبحي: ورقة عمل المحور الاقتصادي – المرأة وإدارة اقتصاد الأسرة – مؤتمر – المرأة وإدارة الأسرة – الثقافة الجماهيرية – القاهرة – أبريل ١٩٩٦.

٨- عاطف العبد: المرأة الريفية والإعلام – دار المعارف ١٩٨٧.

٩- نادية مرسي: عمل المرأة العربية خلال الحقبة النفطية – مجلة فكر – العدد ١٣ القـاهرة – أكتـوبر ١٩٨٨.

١٠- محمد عوض خميس: المرأة والتقدم للخلف – دراسة نفسية للعادات والتقاليد ـ العربي للنشر والتوزيع – القاهرة – ١٩٨٧.

الإطار المنهجي

للدراسة

إشكاليات منهجية خاصة بقضية المرأة:

تواجهنا بعض الإشكاليات المنهجية عند التصدي لدراسة وفهم الأوضاع الراهنة للمرأة ومحاولة التمييز بين التغيرات الجوهرية وتلك الشكلية التي طرأت على أدوار المرأة وحقوقها ومكانتها في المجتمعات العربية خلال العقود الأربعة الأخيرة، وخصوصا عندما تقارن بين ما حققته المرأة العربية من إنجازات ملموسة في المجال التعليمي والثقافي والإنتاج القومي والمشاركة السياسية وبين ما تعانيه في مجال التشريع وسيادة النظرة التقليدية التي تعوق انطلاقها وتحرمها من تحقيق ذاتها على المستويين الاجتماعي والنسائي. ولعل أبرز هذه الإشكاليات تلك التي تتعلق بالخريطة السوسيوجغرافية للنساء، على أي فئات من النساء نركز اهتمامنا؟ فالنساء ينتمين إلى طبقات اجتماعية مختلفة كما ينتمي الرجال، كما أن هناك نساء المدن ونساء الريف والبادية، وفي العالم العربي تمثل المرأة الفقيرة غالبية نساء البوادي والريف، كما يمثل النسبة الأكبر من النساء العربيات في الحضر والريف معا، وهذه الشريحة غالبا ما تكون مهملة سواء من جانب النظام التعليمي السائد أو من جانب وسائل الإعلام، وأيضا لا تلقى أدنى رعاية من الساسة والمشرعين؛ مما يدل على هامشية وقصور البحث العلمي إزاء هذه الفئات.

ويتمثل هذا القصور من جانب البحث الاجتماعي في أمرين أساسيين؛ أولهما: إهمال عنصر الانتماء الاجتماعي عند الحديث عن المرأة العربية والمصرية، وثانيهما: إغفال دراسة القطاع الأكبر من النساء العربيات من سكان الريف والبوادي ولا سيما النساء الفقيرات؛ مما أسفر عن انتشار التعميمات الخاطئة غير المؤصلة علميا والتي لا تعكس تفاصيل الواقع النسائي والمشكلات النوعية التي يفرزها هذا الواقع، فضلاً عن غياب قاعدة المعلومات والدراسات الأولية اللازمة لتأسيس ما يسمى بعلم اجتماع المرأة العربية كفرع أصيل من فرع البحث الاجتماعي.

أما العنصر الثاني في قضية المنهج فهو يتعلق بأهمية التفرقة والتمييز بين الوجوه العديدة لقضية المرأة، فهناك الجوانب الخارجية المعلنة والتي لا تخلو من البريق وتقتصر على نشاط وإنجازات نساء الطبقة الوسطى، وتختلف عن الوجوه الأخرى المعتمة والتي تمثل البعد الذاتي في قضية المرأة، وينطبق هذا القول بصفة خاصة على وضع المرأة في مصر والعالم العربي والدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في الترويج للوجه المعلن الذي يطرح بعض الجزئيات المضيئة من واقع المرأة العربية مستندا إلى التركيز على نشاطات وإنجازات النخبة النسائية والشرائح العليا من نساء المدن، متجاهلا - عن عمد أو عن غفلة - سائر الأبعاد التي تتشكل منها الصورة الشاملة للواقع النسائي العربي سواء ما يتعلق بهموم ومشكلات المرأة العاملة المنتجة في المدن أو الريف أو انتشار الأمية بين الجماهير النسائية في الريف وسيطرة النموذج الأبوي على الاجتماعية والثقافية مع استمرار التشريعات والقوانين الاجتماعية والثقافية التي تشكل عقبة حقيقية أمام المرأة العربية المعاصرة في الريف والحضر معا. وبكل أسف ينحو البحث الاجتماعي العربي نفس المنحى إلا في استثناءات قليلة تتمثل في بعض الدراسات الجادة. وقد تثار هنا قضية التأثير المجتمعي العام على اتجاهات البحوث التي تتناول أوضاع المرأة العربية وأيضا على المعالجات الإعلامية الخاصة بصورة المرأة، فمن

الواضح أن هناك بعض المحظورات تستمد قدسيتها من العادات والتقاليد والتفسير السلفي للأديان تحول دون الاقتراب من قضايا محددة؛ مثل: قوانين الأحوال الشخصية، وسائر تركة الموروثات التاريخية الخاصة بالمرأة وخصوصا ما يتعلق بسيطرة الفكر الأبوي على نسق القيم والعلاقات الثقافية والاجتماعية.

الدراسات السابقة في مجال المرأة والإعلام:

يمكن تقسيم الدراسات التي تتناول قضايا المرأة والإعلام في العالم العربي إلى أكثر من تقسيم:

فابتداء وعلى المستوى الجغرافي، يمكن التمييز بين الدراسات التي تناولت هذه القضايا على النطاق القومي العام (كل الوطن العربي دن تخصيص)، وبين الدراسات التي تناولت هذه القضايا على نطاق قُطْري (قطر عربي واحد).

وعلى المستوى الإعلامي يمكن التمييز بين الدراسات على أساس الوسيلة الإعلامية التي تناقش من خلالها قضايا المرأة في أكثر من وسيلة إعلام، والدراسات التي تناولت هذه القضايا في وسيلة إعلام واحدة كالصحافة، والإذاعة المسموعة، والإذاعة المرئية.

توزيع الدراسات على أساس جغرافي:

١ - الدراسات التي تناولت قضايا المرأة والإعلام على مستوى القومي:

- **دراسة محمد طلال، "صور المرأة في الإعلام العربي"، المنشورة بمجلة الإعلام العربي، العدد الأول، يونيو ١٩٨٤.**

وقد سعت الدراسة إلى الإجابة عن سؤال أساسي ومحوري هو: هل يعكس الإعلام العربي المكتوب الصورة الحقيقية للمرأة العربية على صفحاته؟، أو هل الصورة التي يرسمها هذا الإعلام للمرأة العربية حقيقية؟، وذلك من خلال تحليل مضمون الصحف والمجلات العربية خلال عام ١٩٨٠، باعتباره منتصف فترة عقد الأمم المتحدة المخصص للمرأة، وقد شملت العينة التي أخضعها الباحث للتحليل صحف ومجلات: العلم المغربية، البيان المغربية، حواء المصرية، الحسناء اللبنانية، والمرأة العربية السورية.

وقد خلصت الدراسة إلى القول بأن الإعلام العربي يكرس في غالبيته أربعة تقسيمات للدول العربية طبقًا لحالة المرأة العربية فيها وهي:

١- مجموعة البلدان المتفتحة بخصوص موقفها من المرأة لتأثرها بتجربة الدولة المستعمرة مثل: المغرب، والجزائر، وتونس.

٢- مجموعة البلدان التي تتعامل مع المرأة بتفتح مشروط يراعي القيم التقاليد والعادات وما يسمى بالخصوصية الوطنية والقومية مثل:مصر، والأردن، لبنان وسوريا.

٣- مجموعة البلدان التي تتعامل مع المرأة نظريا بفهم متقدم يتماشى مع الاختيار السياسي للسلطة، إلا أن التقاليد والنظرة المتعصبة الطاغية في المجتمع أقوى من الأرضية النظرية: العراق، واليمن.

٤- مجموعة البلدان التي تتعامل مع المرأة بمنطق تمليه عليها خاصية مجتمعها وتركيبته، وما تفـرزه من تقاليد تحاول أن تكفيها مع الدين الإسلامي من خلال شروح وتفسيرات معينة، ومن ثـم تبقـى مساهمة المرأة في حركية التنمية تطبع بطابع فصامي، ككيان لا يصرح له أن يتعايش أو أن يختلط مع الرجل.

وأوصت الدراسة باهتمام الإعلام العربي بصفة مركزة بواقع المرأة والعمل وتعضيد القوانين والقـرارات المدعمة لأوضاع المرأة العربية، والحد من التسرب الإعلامي الأجنبي الموجه إلى المرأة العربية، والتقليص من هيمنة الإعلام الاستهلاكي الذي يوظف المرأة على مرحلتين هما مرحلة الإعلام ومرحلة الاستهلاك.

- **دراسة مختار التهامي "المرأة الريفية وبحوث الإعلام في مصر والوطن العربي" المنشورة بمجلة الإعلام العربي، العدد الأول، يونيو ١٩٨٤، ص ٨٧ – ٩١.**

تحاول هذه الدراسة التأكيد على ضآلة الاهتمام الذي يوجهه الباحثون في الإعلام إلى القياس المباشر لتأثير أجهزة الإعلام على المرأة الريفية، وذلك من واقع تركيز البحوث على ثلاثة موضوعات هي بحث الصـورة الذهنية التي تروجها أجهزة الإعلام عن المرأة الريفية، وتحليل مضمون المادة الإعلامية الموجهة إلى الريفية خاصة، وقياس تأثير أجهزة الإعلام على نظرة الرجل الريفي وسلوكه تجاه المرأة الريفية.

- **دراسة عاطف عدلي العبد "دور الإذاعة الصوتية في تغيير النظرة التقليدية في المرأة في القرية: دراسة ميدانية في قرية مصرية؟**

وخلصت الدراسة إلى القول بأن أجهزة الإعلام العربية ما زالت بعيدة كل البعد عـن المخاطبـة الفعالـة للمرأة الريفية، وإن البحوث الإعلامية ما زالت أيضا على نفس المستوى من البعد.

دراسة فوزية العطية "صورة المرأة في المجالات النسائية العربية"، سلسـلة دراسـات المـرأة العربيـة والتنمية، واللجنة الاقتصادية الاجتماعية لغربي آسيا، ١٩٨٥.

تستهدف الدراسة التعرف على مضمون المجلات النسائية والصورة التي تطرحها للمرأة العربيـة، مـن خلال تحليل مضمون ١٩ مجلة عربية تصدر في ١٣ قطرا عربيا، والمقارنة بين هذه الصورة وبين الصورة المرسومة لدى محرري هذه المجلات.

وقد خلصت الدراسات إلى عدد من النتائج أهمها:

- تطرح المجلات النسائية العربية صورة المرأة الغربية كنموذج يحتذي للمرأة العربية، وهي بذلك لا ترتبط بالمجتمع العربي إلا باللغة العربية فقط.
- تركز المجلات النسائية العربية على طرح صورة المرأة المرفهة التي لا يشغلها سـوى اسـتكمال أناقتها وزينتها ومتابعة أخبار الأزياء.
- تتجاهل المجلات النسائية العربية المشكلات الحقيقية للمرأة العربية، خاصة نساء الريـف والباديـة والأحياء الشعبية والمدن الكبرى.

- **دراسة نادية حسن سالم "المرأة العربية ووسائل الإعلام"، المنشورة بمجلة الدراسات الإعلامية، القاهرة: العدد ٨٥، يناير – مارس ١٩٩٠، ص ٥٤ – ٦١.**

تركز هذه الدراسة اهتمامها في استعراض الدراسات السابقة التي تعرضت لكيفية تناول وسائل الإعلام العربية للمرأة، وقد قسمت هذه الدراسات تبعا للوسيلة الإعلامية إلى: المرأة والصحافة، والمرأة العربية والراديو، والمرأة العربية والتليفزيون، والمرأة العربية والإنتاج الثقافي العربي، والمرأة العربية والسينما.

وعلى مستوى الصحافة المطبوعة عرضت الدراسة نتائج دراسة د. عواطف عبد الرحمن عن: صورة المرأة في الصحافة المصرية، ودراستها عن المرأة الخليجية في الصحافة، ودراسة نواف عدوان حول "دور المرأة في وسائل الإعلام العربية". وعلى مستوى الراديو تناولت الدراسة بالشرح: نتائج دراسة فوزيه فهيم على مسلسلات البرنامج العام وصوت العرب في الإذاعة المصرية، ودراسة سلوى عبد الباقي عن المرأة في البرامج الإذاعية في إذاعتي البرنامج العام والشرق الأوسط، ودراسة ثالثة على البرامج الموجهة إلى المرأة في راديو العراق.

وعلى مستوى التلفزيون عرضت الدراسة نتائج دراسة فوزية فهيم التي تناولت مسلسلات القناة الأولى بالتليفزيون المصري، ودراسة سهى زكي عبد القادر على عينة من البرامج التليفزيونية الموجهة إلى المرأة، ودراسة نبيل محمد عن الدراما التليفزيونية، ودراسة سوسن عبد الملك عن صورة المرأة في الإعلانات التليفزيونية. أما على مستوى الإنتاج الثقافي العربي فقد أشارت الدراسة إلى الدراسة التحليلية التي قامت بها د. سامية حافظ لمحتوى بعض النماذج الأدبية الروائية لبعض الكاتبات المصريات، ودراسة لطيفة الزيات عن المرأة في الأدب القصصي، وفيما يتعلق بالسينما فقد أبرزت نتائج دراسة د. منى سعيد الحديدي عن صورة المرأة المصرية في الفيلم المصري، ودراسة صفية مجدي التي حللت فيها صورة المرأة في مضمون عينة من الأفلام السينمائية في الفترة من ١٩٧٢ إلى ١٩٨٣.

ومن هذا الاستعراض النظري والنتائج والدراسات التي تناولت قضايا المرأة في وسائل الإعلام، خلصت الدراسة إلى عدد من النتائج المشابهة لنتائج الدراسات السابقة، مثل: تركيز الإعلام على إبراز دور المرأة كزوجة وأم وربة بيت، وإهمال المرأة الريفية والمرأة العاملة والكادحة، وعدم الاهتمام بمشاكل الغالبية من النساء العربيات خاصة في المناطق الشعبية. وأوصت الدراسة بوضع سياسة إعلامية من صحافة وإذاعة وتليفزيون وسينما، وطرح نماذج بديلة لصورة المرأة تؤكد على الجانب الإنتاجي لعمل المرأة وتبتعد عن الجانب الاستهلاكي.

- **دراسة عواطف محمد عبد الرحمن "المرأة العربية والإعلام: بين الواقع والاستجابة" المنشورة بمجلة الدراسات الإعلامية (القاهرة: العدد ٧٥، أبريل – يونيه ١٩٩٤، ص ٤٩ – ١١١).**

وقد خلصت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها:

- أن مضمون وسائل الأعلام العربية الموجه إلى المرأة يدور أغلبه حول الأمور والاهتمامات التقليدية للمرأة وهي: الطهي، والأزياء، والموضة، والتجميل، وتربية الأطفال، والعلاقات الأسرية.

- أن مضمون هذه الوسائل يهمل في كثير من الأحيان تغطية أوضاع المرأة العربية وقضاياها الحقيقة، حيث يتضاءل الاهتمام بتطور المرأة العربية العملي والاجتماعي وإدماجها في عملية التنمية الشاملة.
- أن معالجة وسائل الإعلام العربية لقضايا المرأة ذات الطابع الاجتماعي تتسم في الأغلب الأعم بالسطحية ولا تهتم بالأسباب المجتمعية لهذه القضايا.
- إهمال وسائل الإعلام العربية لقضايا المساواة وتنظيم الأسرة والتشريعات الخاصة بالمرأة والمشاركة السياسية.

وفيما يتعلق بالقيم التي تظهر في السياسات الإعلامية العربية، فقد أوضحت الدراسة أن قيمة عمل المرأة لم تظهر في وسائل الإعلام العربية بالقدر اللازم والمطلوب، كما أن قيمة المساواة لم تعرضها وسائل الإعلام بشكل عادل إذ صورت المرأة في صورة أدنى من الرجل وتابعة له وأنها مخلوق ناقص وأن الرجل ينبغي أن يكون وصيا عليها. وتركز وسائل الإعلام العربية في هذا الإطار على القيم الاستهلاكية وليس الإنتاجية.

وانطلاقًا من هذا الواقع حددت الدراسة الجوانب والأبعاد التي يتعين على وسائل الاتصال الجماهيرية الاهتمام بها في معالجتها لقضايا المرأة، وتتضمن: تشجيع عمل المرأة العربية، وبالتأكيد على ضرورة تعليمها ومحو أميتها، وتأكيد دورها في الإنتاج ونشر الوعي الاقتصادي والاجتماعي لديها، بالإضافة التي تشجيعها على الإبداع والمشاركة في الحياة العامة، وتنمية المرأة الريفية والبدوية.

وانتهت الدراسة إلى تقديم مقترح لنا ينبغي أن تتضمنه السياسات الإعلامية العربية في توجهها إلى المرأة في مبادئ وأسس، مثل: تغيير الصورة النمطية للمرأة، وتقديم صورة بديلة تؤكد الجوانب الإيجابية والإنتاجية في عمل المرأة، والتأكيد على الهوية العربية للمرأة، والعمل على خلق الوعي بواقعها، وخاصة احتياجاتها الفعلية ومشكلاتها الحقيقية وتغيير النظرة العامة لدورها وترسيخ المساواة وإدماجها وتعظيم مشاركتها في عملية التنمية.

٢- الدراسات التي تناولت قضايا المرأة والإعلام على المستوى القُطْري:

- دراسة منى محمد سعيد الحديدي "دراسة تحليلية لصورة المرأة المصرية في الفيلم المصري والآثار الإعلامية والاجتماعية المترتبة على ذلك"، رسالة دكتوراه، كلية الإعلام جامعة القاهرة، ١٩٩٧.

وقد استهدفت الدراسة التعرف على صورة المرأة المصرية في الفيلم المصري، من خلال تحليل كل الأفلام الروائية المصرية التي أنتجت وعرضت في الفترة من ١٩٦٢ حتى نهاية عام ١٩٧٢، وعددها ٤١٠ أفلام.

وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج الكمية نوجزها فيما يلي:

- قدمت الأفلام حوالي ٤٦٠ شخصية نسائية رئيسية، وظهرت البطلة بـدون مهنـة محـددة أو دور اجتماعي في ١٠٨ شخصيات ٢٣,٤% من الشخصيات النسائية الرئيسية.
- ظهرت البطلة كربة بيت بنسبة ٢٢%، وكزوجة بنسبة ٦,٧%، وأرملة بنسـبة ١٧,٧% ومطلقـة بنسبة ٣,٩% وزوجة أب بنسبة ٤,٩، وعانس بنسبة ٢,٩%.
- ظهرت المرأة العاملة في ٢٠,٥% من الشخصيات موزعة على مجالات عمل هي بترتيـب نسـب ظهورها: مدرسة، ممرضة، صحفية، سكرتيرة، بائعة في محل، شغالة، مشرفة اجتماعية، مرشـدة سياحية، طبيبة، مضيفة طيران، عاملة في مقهى أو مطعم، مهندسة، محاميـة، مذيعـة تليفزيـون، عاملة بفندق.
- خصت الفتاة غير المتزوجة بنسبة ٧٩% من أدوار البطولة التي لعبتها المرأة العاملة مقابـل ٢١% للمرأة العاملة المتزوجة، وظهرت الطالبة بنسبة ١٠,٥%.
- تعرضت السينما المصرية - خلال فترة الدراسة - لحوالي ٤٢٩ قضية من القضـايا المصـرية، منها: قضايا الزواج والمشكلات المرتبة عليه ١٩,١%، وحقوق المرأة ١٤,٧%، وقدمت ٤٦% من الأفلام حلولاً لما طرحت من قضايا ومشكلات.
- دراسة عاطف عدلي العبد "دور الإذاعة في تغيير النظرة التقليدية إلى المرأة في القريـة: دراسـة ميدانية في قرية مصرية"، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٧٩.

وقد استهدفت الدراسة التعرف على طبيعة الاتصال الإذاعي المسموع في القرية وآثاره في تغيير النظـرة التقليدية لدى المرأة، وذلك من خلال صحيفة استبيان بالمقابلة مع عينة طبقية عشوائية منتظمة قوامهـا ١٢٥ مبحوثًا من الذكور بإحدى قرى محافظة قنا.

وقد خلصت الدراسة إلى تأكيد وجود علاقة إيجابية بين الاستماع إلى الراديو والموافقة على تعليم البنـت، والموافقة على توظيفها، وعلى اختيار شريك حياتها وممارسة هذا الحق. كما أكدت وجود علاقة إيجابية بين الاستماع إلى الراديو وبين الموافقة على حق المرأة في الانتخاب، وإن لم يثبت وجود علاقة بـين الاسـتماع وبين ممارسة هذا الحق. أثبتت الدراسة أيضا وجود علاقة إيجابية بين الاستماع وبين الموافقـة علـى حـق المرأة في الترشيح للانتخابات، وعدم وجود علاقة بين إيجابية بين الاستماع وبين تغيير بعض مظاهر تفضيل الذكور على الإناث.

- **دراسة المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية (مصر)، "صورة المرأة كما تقدمها وسـائل الإعلام المصرية: دراسة في تحليل مضمون الصحافة النسائية، القاهرة: ١٩٨٣.**

وقد جاءت هذه الدراسة في إطار سلسلة التقارير العلمية التي نشرها المركز القومي للبحوث الاجتماعيـة في إطار البحث العام له الذي حمل عنوان "تغير الوضع الاجتماعي للمرأة في مصر المعاصـرة "وأشـرف عليه الأستاذ الدكتور مصطفى سويف. ويتضمن التقرير نتائج الدراسة في تحليل مضمون ٨٥ مادة صـحيفة في مجلة حواء في الفترة من ٣ يوليو ١٩٧٦ حتى ٢٥ يونيه ١٩٧٧.

وقد استهدفت الدراسة استخلاص صورة المرأة كما تقدمها الصحافة النسائية في المادة القصصـية التـي تقدمها لقرائها. وأجريت الدراسة على مجلة حواء باعتبارها المجلة الرئيسية في هذا المجال.

واحتوى التقرير على خمسة فصول:

تناول الأول: السلوكيات التي تعكسها المادة الصحفية في مجلة حواء، مثل السلبية والإيجابية، والعاطفيـة في مقابل الغيرية، ومطالب العمل في مقابل مطالب الأسرة، والتسامح والتضحية في مقابـل السـعي إلـى الانتقام، والعصرية في مقابل التقليدية.

بينما تناول الفصل الثاني: أشكال السلوك من خلال مفهوم الأدوار الاجتماعية، وهـي: الزوجـة، والأم، والابنة، والصديقة.

أما الفصل الثالث: فقد تناول القضايا المركزية التي عالجتها المادة الصحفية في المجلة والتي تشغل عـالم المرأة، وهي:

قضايا الزواج، والحب، والجانب الاقتصادي في الحب والزواج، والخيانة الزوجية، وأسلوب التعامل بـين الزوجين، والعمل، والحياة العاطفية والزوجية للأبناء، ورعاية الآباء وحبهم، ورعاية الأسرة.

ويفرد الفصل الرابع: للقضايا الهامشية التي تشغل عالم المرأة كما تقدمها المادة القصصية في المجلة، مثل الغيرة والحرمان من الحب، وافتقاد السعادة مع الزوج، والشعور بالفراغ والملل، وصورة كل من الـزوجين لدى الآخر.

وفي الفصل الخامس والأخير: يتناول التقرير القِيم لدى المرأة في المادة القصصية في مجلة حواء، وهي: الحياة الزوجية، والحياة العاطفية، والحياة الأسرية، والأمومة، والعمل، والإنجـاب، والاسـتقرار المـادي، والصداقة، والجمال.

- **دراسة د. سلوى محمد عبد الباقي "صورة المرأة من خلال تحليل مضمون برنامج (إلـى ربـات البيوت)، وبرنامج (للنساء فقط) خلال عام ١٩٧٨".**

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها:

- يظهر برنامج "إلى ربات البيوت" مفهوم الذات السلبية للمرأة من خلال تصوير المرأة لنفسـها فـي حلقات "خالتي بمبة" و "عائلة مرزوق" بأنها غير قادرة على التخطيط أو اتخاذ القرار، ومترددة غير دقيقة وضيقة الأفق، في نفس الوقت يظهر البرنامج القدرات الإيجابية للمرأة في حلقـات "حـديث صفية المهندس".
- تظهر برامج المرأة، في أطر تقليدية بالتركيز على الأدوار التقليدية للمرأة كأنثى وزوجه وأم.
- تنوعت العلاقة بين الرجل والمرأة في البرنامجين بين الندية والمسـاواة، والسـيطرة والخضـوع، والتحرر.

- تعددت نوعية المشكلات التي عالجتها برامج المرأة وكانت بترتيب تكرار ورودها: مشكلة اختيار شريك الحياة، والزواج، والغيرة، والخوف من فقدان الرجل، ومشاكل الأمومة، ومشكلات الأطفال.
- دراسة فوزية فهمي "الإعلام والمرأة" القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب ١٩٨٦.

وقد تضمن هذا الكتاب دراسة تحليلية تهدف إلى التعرف على صورة المرأة في المواد الإذاعية والتليفزيونية ومدى مطابقتها للواقع الفعلي للمرأة المصرية، وذلك من خلال تحليل عينة من الأفلام السينمائية والمسلسلات الدرامية التي عرضت على شاشة القناة الأولى بالتليفزيون المصري في الفترة من ١٩ يناير إلى ١ فبراير ١٩٨٠، وعينة مماثلة من المسلسلات الإذاعية التي أذيعت في إذاعتي البرنامج العام وصوت العرب في الفترة من ٢ – ٩ فبراير من نفس العام.

وقد أسفر تحليل مضمون المواد الإذاعية التليفزيونية السابقة عن النتائج التالية:

- تفوق نسبة ظهور الرجل نسبة ظهور المرأة في الأعمال الدرامية الإذاعية والتليفزيونية؛ إذ بلغ متوسط ظهور الرجل ٨٥% مقابل ٦٢% للمرأة.
- كانت الأدوار التي ظهرت فيها المرأة في أغلبها أدوار ثانوية وبعضها لم يكن لائقًا، كأدوار راقصات وخدم ومطربات.
- ركزت معظم المادة الدرامية على قضايا هامشية مثل الحب بين الرجل والمرأة، وصورت المرأة أنها مخلوق عاطفي لا عقلاني لا يستطيع الحياة بدون الرجل.
- تظهر المرأة في غالبية الأفلام والمسلسلات في صورة تتنافى مع واقع المرأة المصرية، حيث يتم التركيز على أدوار الراقصة، وبائعة الهوى، وتاجرة المخدرات.
- **دراسة د. عواطف عبد الرحمن "صورة المرأة في الصحف والمجلات العربية. دراسة حالة: " مصر"، والتي صدرت عن اللجنة الاقتصادية لغربي آسيا، ضمن سلسلة دراسات المرأة والتنمية، ١٩٨٨.**

وقد استهدفت هذه الدراسة استخلاص معالم الصورة المرسومة للمرأة المصرية من خلال تحليل مضمون المواد الإعلامية المنشورة في الصحف اليومية والمجلات الأسبوعية (الأهرام، أخبار اليوم، المصور، آخر ساعة، حواء) خلال عقد السبعينيات، ومن خلال تحليل نتائج الاستبيان الذي أجري مع الصحفيات والكاتبات المتخصصات في شؤون المرأة.

وقد خلصت الدراسة إلى أن الصحافة المصرية تركز على الأدوار التقليدية للمرأة، مثل الأزياء والماكياج على حساب الأدوار الأخرى كالمشاركة في الإنتاج وفي بناء الأسرة في اتخاذ القرار السياسي، كما تركز على المرأة في سن معينة (الناضجات والشابات) وتهمل الفتيات في سن المراهقة والطفولة. كما أنها (الصحافة) لا تحاول – عن عمد – الاقتراب من مشاكل وهموم الغالبية العظمى من نساء مصر في الريف أو في الأحياء. وأظهرت الدراسة التحيز الاجتماعي من جانب الصحافة المصرية لنساء المدن على حساب نساء الريف، ولصورة المرأة كأنثى جميلة على حساب الصور الأخرى للمرأة كمنتجة ومشاركة في التنمية

وفي صنع القرار السياسي وكعاملة وأديبة وفنانة وكإنسان تتساوى مع الرجل في الحقوق والمسئوليات. كما أكدت الدراسة وجود تناقض بين صورة المرأة كما تقدمها الصحافة المصرية وبين الصورة المرتسمة في أذهان المحررات والكاتبات اللائي يتولين كتابة ونشر المادة الإعلامية التي تتشكل منها صورة المرأة بسلبياتها وإيجابياتها.

- **دراسة سامية سليمان رزق "صورة المرأة كما تقدمها برامج المرأة في الإذاعة الصوتية"، القاهرة: مكتبة الأنجلو، ١٩٨٨.**

استهدفت هذه الدراسة التعرف على صورة المرأة واستجلاء أبعاد هذه الصورة كما تقدمها برامج المرأة في الإذاعة الصوتية في مصر ومدى تطابقها مع الواقع الحقيقي للمرأة المصرية المعاصرة، وذلك خلال تحليل مضمون جميع برامج المرأة التي أذيعت خلال شهر يناير ١٩٨٧ في إذاعات: "البرنامج"، "الشرق"، و "الشعب".

وقد انتهت الدراسة إلى تأكيد نتائج الدراسات المشابهة، حيث أكدت غلبة الصورة السلبية المقدمة للمرأة في برامج المرأة، مثل: العجز عن التفكير السليم، والحاجة إلى عون وسند خارجي، والتردد والجهل بحقائق الأمور، والثرثرة، وعدم الوفاء، على الجوانب الإيجابية، مثل: الاستقلال الشخصي، والقدرة على اتخاذ القرار، والقدرة على مواجهة المشكلات، والتضحية والإيثار، والتعاون مع الآخرين. كما أكدت الدراسة حرص المادة الإعلامية الموجهة إلى المرأة على مخاطبة الأدوار التقليدية للمرأة كأم وزوجة في المقام الأول، وإن الصورة التي تقدمها الإذاعة الصوتية للمرأة المصرية لا زالت تعاني من الازدواجية بين الاتجاه التقليدي والاتجاه العصري، وتعكس بذلك الوضع الحقيقي الذي تعيشه المرأة المصرية في الوقت الحاضر.

- دراسة عصام الدين أحمد فرج "صورة المرأة المصرية في إعلانات التليفزيون، دراسة لإعلانات التليفزيون المصري خلال عام ١٩٨٥"، رسالة ماجستير، كلية الإعلام - جامعة القاهرة، ١٩٨٩.

وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج الكمية نوجزها فيما يلي:

- استخدمت نسبة ٨٤% من الإعلانات التليفزيونية المرأة في الإعلان عن سلع وخدمت مختلفة.
- ارتبط ظهور المرأة في الإعلان بالبيئات الحضرية، وفي وظائف تقليدية وكمستهلكة.
- ارتبط ظهور المرأة في المنزل بظهورها بمفردها لتعزيز مكانتها كأم وربة منزل.
- استهدفت ٣١% من الإعلانات التوجه إلى المرأة.
- بلغت نسبة الإعلانات التي استخدمت شخصيات نسائية أجنبية ٥٢%.
- كانت أكثر السمات لشخصية المرأة في الإعلان هي: صغيرة السن.
- ظهرت المرأة كطالبة بنسبة ١,٩ وسيدة أعمال بنسبة ٤٩,٥% وربة بيت ٤٨,٦%.
- ارتبط ظهور المرأة كربة بيت بالإعلان عن سلع ذات استخدام منزلي، بينما ظهرت كعاملة في الإعلان عن سلع وخدمات ذات استخدام خارج المنزل.

- **دراسة: عاطف عدلي العبد "دراسة تحليلية لنماذج توظيف المرأة في الإذاعة والتليفزيون"، المنشورة بمجلة دراسات في الإعلام والرأي العام، القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثاني، ١٩٩٠.**

استهدفت هذه الدراسة التعرف على عدد ونسب توظيف المرأة في الاتحاد وبعض القطاعات المتصلة بالتخطيط والإنتاج الإذاعي والتلفزيوني للمرأة، وتأثير ذلك على صورة المرأة وقضاياها في الإذاعة والتليفزيون.

وقد رصدت الدراسة بعض الدلالات الكمية مثل:

- زيادة نسبة العاملات في اتحاد الإذاعة والتليفزيون من ٢٧% عام ١٩٨٠ إلى ٣٢% عام ١٩٨٧.
- تتوزع النساء على رئاسة الاتحاد (٨٥%)، والأمانة العامة (٥٢%)، وقطاع التليفزيون (٤٦%)، وقطاع الشئون المالية والإدارية (٣٧%)، ومجلة الإذاعة والتليفزيون (١٤%)، والهندسة الزراعية (١٤%).
- تشكل المرأة نسبة ٣٣% من العمالة الدائمة في الاتحاد، ونسبة ٣٦% من العمالة المؤقتة، و ٢٦% من العمالة المنتدبة.
- تصل نسبة العاملات بالاتحاد من الحاصلات على مؤهل جامعي ٤٦% من العدد الكلي في مقابل ٢٦% فقط إجمالي عدد الذكور.
- **دراسة إبراهيم محمد الخطابي "إشكالية المرأة الغربية في الإعلام" والمنشورة بمجلة الدراسات الإعلامية (القاهرة: العدد ٦٨ " يوليو – سبتمبر ١٩٩٢"، ص ٦٥ – ٦٨.**

وتركز هذه الدراسة ذات الطابع النظري على تأكيد أهمية مساهمة المرأة العربية عموما والمغربية على وجه التحديد في تقديم الإعلام بجانب الرجل. من هذا المنطلق حاول الباحث إيضاح مساهمات المرأة المغربية في المجال الإعلامي منذ ظهور الصحافة على أرض المغرب، وخلص إلى القول بأن المرأة المغربية قد سجلت بصماتها في الصحف المغربية الأولى بالكتابات الأدبية والثقافية والتربوية وناضلت وقاومت سياسيا واجتماعيا من أجل وحدة المغرب ومن أجل حريته واستقلاله وتحريره من قبضة المستعمر، كما خلص إلى أن المقالة النسوية كانت المادة الإعلامية الأساسية التي أولت الاهتمام الكبير لإشكالية المرأة وعالجتها في مختلف صورها، وأن المرأة المغربية تمكنت من تبليغ إشكاليتها وطرح الحلول المناسبة لها عن طريقة المقالة الصحفية.

وقد تتبع البحث - بعبارات عامة تفتقد التحديد والمعلومات - تطور مشاركة المرأة في الإعلام المغربي، فأشار إلى أن حقبة الستينيات وحقبة السبعينيات شهدتا اقتحام المرأة المغربية كل وسائل الإعلام المكتوبة والمسموعة والمرئية.

المشكلة البحثية:

في ضوء ما تشير إليه نتائج مسح التراث العلمي في مجال بحوث المرأة والإعلام تتضح أمامنا الحقائق التالية:

١- هناك إهمال للقضايا والموضوعات التي تهم قطاعات عريضة من النساء المصريات في الريف والحضر وعلى الأخص الأحياء الشعبية والمناطق العشوائية، مثل قوانين الأحوال الشخصية – حقوق المسنات والمعوقات واليتيمات والعاملات في الزراعة.. إلخ.

٢- تبدي وسائل الإعلام المصرية اهتماما محدودا بقضية محو الأمية لدى النساء المصريات رغم ارتفاع معدلاتها بصورة ملحوظة خصوصا في الريف.

٣- تتجاهل وسائل الإعلام الموضوعات التي تعكس التطور الذي طرأ على وضعية ومكانة المرأة من خلال الإنجازات التي حققتها عبر نصف القرن الأخير في التعليم والعمل والمشاركة الثقافية والسياسية والإبداع.

٤- تركز وسائل الإعلام على الاهتمامات التقليدية للمرأة المصرية (الأزياء – والشئون المنزلية والعلاقات الزوجية وتربية الأبناء) وتهمل المشكلات الحقيقية التي تواجه المرأة المصرية في مجالات التعليم والعمل ومشاركة المرأة في الإنتاج والتنمية والنشاط السياسي والثقافي.

٥- تركز وسائل الإعلام على اهتمامات ومشكلات الشرائح العليا من نساء العواصم وعلى قطاعات عمرية معينة، كما تبلغ في ترويج الصورة النمطية التقليدية للمرأة كأنثى على حساب الأدوار الأخرى للمرأة كإنسان ومواطنة ترتبط بمشكلات مجتمعها وتسهم في تنميته.

٦- تتجاهل وسائل الإعلام المصرية الاحتياجات الاتصالية للجمهور النسائي في الريف والحضر.

كما تشير الدراسات السابقة في مجال المرأة والإعلام إلى تركيز هذه الدراسات على دراسة الصورة الإعلامية للمرأة وتجاهل سائر أطراف العملية الاتصالية التي تتمثل في دراسة منتج المادة الإعلامية والجمهور النسائي الذي يتلقى هذه المادة ويتفاعل معها سلبا وإيجابا.

وفي ضوء ما تقدم تبرز الحاجة إلى ضرورة استكمال أوجه القصور التي تعاني منها بحوث المرأة والإعلام والتي تكمن في بعدين رئيسيين.

يتمثل البعد الأول في دراسة المنظور الفكري والثقافي والأداء الإعلامي للقائمات بالاتصال في مجال إعلام المرأة.

أما البعد الثاني فهو يتمثل في ضرورة إيلاء مزيد من الاهتمام العلمي لدراسة الجمهور النسائي في الريف والحضر بهدف التعرف على خصائصه وسماته وعلاقته بوسائل الإعلام؛ سعيا لتحديد احتياجاته الاتصالية الفعلية وكيفية إشباعها، هذا مع عدم إغفال التعمق في دراسة المعالجات الإعلامية لقضايا وأدوار المرأة المصرية.

وفي إطار هذا العرض تتحدد الأبعاد الأساسية للمشكلة البحثية لهذه الدراسة على النحو التالي:

١- البعد الموضوعي:

ويتناول بالرصد والتحليل تحديد الملامح الإعلانية للمرأة المصرية في الريف والحضر، والكشف عن اتجاهات القائمات بالاتصال إزاء قضايا المرأة ثم التعرف على الجمهور النسائي في الريف والحضر وتحديد علاقته بوسائل الإعلام في ضوء مقارنة احتياجاته الفعلية بما تطرحه هذه الوسائل من صور وأدوار وقيم عن المرأة المصرية.

٢- البعد الأيكولوجي (المجتمعي):

ويتضمن عينات من الفئات النسائية والمصرية بكافة شرائحها الاجتماعية ومستوياتها العمرية وتوزيعها الجغرافية (ريفًا وحضرا) وأنشطتها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية وذلك في إطار مقارن يبرز أوجه التفاوت والتباين الأفقي والرأسي مع العمل على استطلاع وتقصي أسباب هذا التفاوت وتفسيرها.

٣- البعد الزمني:

ويركز على دراسة علاقة التفاعل (التأثير والتأثر) بين وسائل الإعلام والمرأة المصرية وتأثير هذه العلاقة على قضايا التنمية في المجتمع المصري المعاصر خلال حقبة التسعينيات.

أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى الكشف عن العلاقة بين وسائل الإعلام والمرأة المصرية في الريف والحضر بهدف التعرف على الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في تنمية المرأة المصرية وتطوير وعيها بحقوقها ومسئوليتها المجتمعية بما يكفل تصحيح صورتها الإعلامية وتلبية احتياجاتها الاتصالية وضمان مشاركتها في تنمية ذاتها والنهوض بمجتمعها، ويندرج تحت هذا الهدف المحوري للدراسة عدة أهداف فرعية تشمل كلا من الجزءين الإعلامي والميداني.

أهداف الدراسة الإعلامية:

تسعى الدراسة الإعلامية إلى استطلاع وتحديد الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام المطبوع والمرئي والمسموع (الصحف – الراديو – والتليفزيون) في مصر في إدماج المرأة المصرية في الريف والحضر في مشروعات التنمية.

وتحقيقًا لذلك يسعى البحث إلى الإجابة عن التساؤلات التالية:

١- ما هي صورة المرأة المصرية (في الريف والحضر) التي تطرحها وسائل الإعلام المطبوع والمرئي والمسموع؟.

٢- إلى أي مدى استطاعت وسائل الإعلام المصرية أن ترصد واقع المرأة المصرية (في الريف والحضر) بإيجابياته وسلبياته؟.

٣- ما هي صورة المرأة الريفية كما طرحتها وسائل الإعلام المصرية وما تأثير ذلك على إدماجها في عملية التنمية؟.

٤- ما هي قائمة الأولويات التي تركز عليها القائمات بالاتصال في مجال إعلام المرأة؟.

٥- ما هي أوجه التشابه والاختلاف بين صورة المرأة كما قدمتها وسائل الإعلام وكما يراها القـائمون بالاتصال؟.

٦- ما هي اتجاهات القائمات بالاتصال إزاء الريفية ومدى تأثير ذلك على معالجتهـا لقضـايا المـرأة الريفية والتنمية؟

٧- ما هي المتغيرات المؤثرة على الأوضاع الراهنة لتنمية المرأة المصرية في الريف والحضر وموقع وسائل الإعلام بين هذه المتغيرات؟.

الدراسة الميدانية:

تسعى الدراسة لميدانية إلى تحقيق الأهداف التالية:

١- وصف وتشخيص بنية الاتصال بالقرية المصرية. وتحديد مكونات هذه البنية والتغيرات التي طرأت عليها والكشف عن العوامل الفاعلة في هذا المجال.

٢- الكشف عن فاعلية أساليب الاتصال المختلفة بالريف والحضر وتحديد مراكز وأدوار كل منها على ضوء معالجتها لقضايا المرأة.

٣- الوقوف على تغلغل وسائل الإعلام الجماهيري وعلاقة هذه الوسائل بأنماط الاتصال الأخرى القائمة بالريف والحضر وأسلوب تعامل النساء مع هذه الوسائل ورؤيتهم لها.

٤- قياس درجة اعتماد النساء في الريف على أنماط الاتصال المختلفة وقدره كل نمط علـى تزويـدهم بالمعارف والمعلومات المختلفة.

٥- تحديد الاحتياجات الإعلامية للمرأة الريفية على ضوء ما تشهده بنية القرية من تغيرات.

٦- المقارنة بين الاحتياجات الإعلامية للمرأة في كل الريف والحضر.

تساؤلات الدراسة الميدانية:

وعلى ضوء هذه الأهداف تثار مجموعة من التساؤلات يسعى الباحث الميداني إلى توفير إجابات محددة عنها، ويمكن بلورة هذه التساؤلات فيما يلي:

س ١ : ما هي مكونات بنية الاتصال القائمة حاليا بالقرية المصرية؟، وما مدى تأثير هذه البنية فـي ضـوء التغيرات التي طرأت مؤخرا على القرية المصرية؟ وما نوع العلاقة بين المرأة المصرية في الريـف والحضر ووسائل الإعلام؟ وينبثق من هذا التساؤل الرئيسي، مجموعة التساؤلات التالية:

أ- ما هي أشكال وأساليب الاتصال المختلفة التي تتعامل معها المرأة المصرية في الريف والحضر؟

ب- ما حجم تواجد وسائل الإعلام المختلفة بالقرية؟

ج- كيف يتم تناقل المعلومات بين المستويات الاجتماعية المختلفة؟

د- ما هي موضوعات الاهتمام وأساليب التخاطب والتفاعل بين الفئات الاجتماعية في الريف والحضر؟.

س ٢ : ما هي درجة اعتماد النساء في الريف والحضر على أساليب الاتصال المختلفة في تزويدهم بالمعارف والمعلومات. وما هي رؤيتهم لكل وسيلة إعلامية ودورها في حياتهم؟

س ٣ : إلى أي حد يلبي نظام الاتصال الحالي بالقرية المصرية الاحتياجات الإعلامية للمرأة؟ وما هي أوجه القوة أو جوانب القصور في هذا النظام؟

المداخل البحثية المستخدمة:

ينتمي هذا البحث إلى نوعية البحوث الإمبريقية ويستخدم لتحقيق أهدافه عدة مداخل بحثية هي:

١- المدخل الوصفي: ويركز على جميع الحقائق والبيانات الخاصة بمعالجة وسائل الإعلام الجماهيري لقضايا المرأة والتنمية وعلاقة الجماهير النسائية في الريف والحضري بوسائل الإعلام، وتصنيف هذه الحقائق والبيانات وتحليلها للتوصل لبعض الحقائق النسبية حولها، وتفسير النتائج لاستخلاص دلالاتها.

٢- المسح الإعلامي: حيث استخدم على عدة مستويات:

أ- مسح للمواد الإعلامية المنشورة والمذاعة عن المرأة في الإعلام المطبوع والمرئي والمسموع.

ب- مسح لعينة القائمات بالاتصال في وسائل الإعلام المختلفة (المقروء والمرئي والمسموع).

ج- مسح لعينة من جمهور النساء في الريف والحضر.

٣- دراسة الحالة: تم استخدامها بهدف تكثيف ودراسة السلوك الاجتماعي للمرأة تجاه وسائل الإعلام في الريف والحضر والكشف عن السمات المميزة لبعض الرموز النسائية.

٤- المدخل المقارن: وقد استخدم لإجراء المقارنات بين معالجة وسائل الإعلام لصورة المرأة وقضاياها في الريف والحضر، وقد شملت الصحف والإذاعة والتليفزيون، كذلك استخدم في إجراء المقارنات بين ما يطرحه القائمون بالاتصال في مجال الإعلام الخاص بالمرأة وبين ما ينشر أو يذاع بالفعل من خلال الصحف أو الخدمات الإذاعية المصرية وبين الواقع الفعلي لها وبين صورة المرأة كما طرحتها هذه الوسائل والصورة كما يراها القائمون بالاتصال ومقارنة ذلك بالاحتياجات الاتصالية لعينة من نساء مصر في الريف والحضر.

أساليب وأدوات الدراسة:

استعان فريق البحث بمجموعة من الأساليب والأدوات البحثية لتحقيق الأهداف الرئيسية للدراسة بقسميها الإعلامي والميداني. وقد تراوحت هذه الأساليب والأدوات ما بين:

١- أسلوب تحليل المضمون بشقيه الكمي والكيفي في معالجة المواد الإعلامية المقدمة عن المرأة في وسائل الإعلام المطبوع والمرئي والمسموع.

٢- أسلوب الملاحظة بالمشاركة في جمع ومعالجة المعلومات الخاصة بكل من القائمات بالاتصال في مجال إعلام المرأة والجمهور النسائي في الريف والحضر.

٣- أسلوب دراسة الحالة في تكثيف الاهتمام ببعض الرموز النسائية في الريف والحضر.

وتحقيقًا لذلك اعتمدت الدراسة على الأدوات التالية:

١- استمارات تحليل المضمون بمستوياتها الاستطلاعية والوصفية في جمع وتصنيف المواد الإعلامية الخاصة بالمرأة المصرية في الريف والحضر.

٢- الاستبيان بمستوياته المقننة في جمع البيانات الخاصة بالقائمات بالاتصال وعلاقة الجمهور النسائي بوسائل الإعلام.

٣- دليل دراسة الحالة في جمع البيانات التفصيلية المكثفة عن علاقة بعض الرموز النسائية في الريف والحضر بوسائل الإعلام.

وتفصيلاً لذلك سنعرض ما يلي:

الجزء الإعلامي:

من أجل تحقيق أهدافه السابقة الذكر اعتمدت الدراسة على أسلوب تحليل المضمون؛ حيث تم إعداد استمارتين خصصت **الاستمارة الأولى** لتحليل مضمون كل من الأجزاء الخاصة بالمرأة في الصحف العامة وكافة المضامين المقدمة في المجلات النسائية المتخصصة، أما **الاستمارة الثانية** فقد خصصت لتحليل مضمون برامج المرأة والمواد الإعلامية الخاصة بقضايا المرأة في الإعلام المرئي والمسموع.

وقد مرت عملية إعداد هاتين الاستمارتين بالعديد من الخطوات على النحو التالي:

١- بناء على نتائج الدراسة الاستطلاعية لمعالجة وسائل الإعلام الجماهيري لقضايا المرأة والتنمية في الريف المصري. وعلى نتائج مسح التراث العلمي الخاص بالبحوث والدراسات المتعلقة بالمرأة والإعلام والتنمية تم تحديد الأفكار الرئيسية والفرعية للاستمارتين في ضوء الأهداف العامة للبحث.

٢- قامت المشرفة على البحث الإعلامي بصياغة الاستمارتين في صورتهما المبدئية التي تم مناقشتها في عدة اجتماعات مع أعضاء فريق البحث والباحثين.

٣- بناء على المناقشات السابقة تم إعادة صياغة الاستمارتين وإعداد التعريفات الإجرائية الخاصة بهما.

٤- تم تجريب الاستمارتين. وإجراء تجربة الثبات الخاصة بهما حيث اختبرت عينة لمدة أسبوع. وقـام كل الباحثين بتحليل نفس الإعداد وتم حساب مدى ثبات التحليل بينهم.

٥- وفي ضوء نتائج الثبات أجريت بعض التعديلات على الاستمارتين كما عـدلت بعـض التعريفـات الإجرائية.

٦- تمت مناقشة الاستمارتين ودليل التعريفات في صورتهم النهائية في عدة اجتماعات حضرها أعضاء فريق البحث.

٧- قامت المشرفة على البحث بالصياغة النهائية للاستمارتين والدليل وأصبحت الاستمارتان جـاهزتين للتطبيق.

٨- قام الباحثون بملء الاستثمارات بناء على العينة المحددة سواء عينة الوسائل أو المادة الإعلامية أو العينة الزمنية.

٩- كما تولى الباحثون أيضا عملية تفريغ الاستمارات.

١٠- تولت المشرفات على كل مجموعة (الصحف العامة – المجلات النسائية – الإذاعـة والتليفزيـون) المعالجة الإحصائية للبيانات.

إلى جانب ذلك صممت استمارتان للاستقصاء، أحدهما: خاصة بالقائمين بالاتصال في أقسام المرأة فـي الصحف العامة، والثانية: خاصة بالقائمين بالاتصال في المجلات النسائية المتخصصـة، ومـرت عمليـة تصميمها بالخطوات التالية:

١- عقد فريق البحث عدة اجتماعات لمناقشة التصورات المقترحة للاستمارتين ومحاورها فـي ضـوء أهداف البحث ونتائج الدراسة الاستطلاعية.

٢- في ضوء هذه المناقشات تم التصميم المبدئي للاستمارتين.

٣- تـم عرضـهما علـى كـل مـن أ. د. عواطـف عبـد الـرحمن الباحـث الرئيسـي و أ. د. ليلـى عبد المجيد المشرفة على البحث و أ.د. ليلى عبد الوهاب أستاذ الاجتماع بجامعة بنها.. وتم إجـراء بعض التعديلات بناء على ملاحظاتهن.

٤- تم صياغة الاستمارتين في شكلهما النهائي.

٥- قام الباحثون بملء استمارات الاستقصاء عن طريق المقابلة الشخصية مع القائمين بالاتصال الـذين شملتهم عينة البحث.

٦- قامت المشرفة على فريق البحث الخاص بالقائمين بتفريغ الاستمارات وتحليلها واستخلاص النتـائج (نموذج للاستمارتين: ملحق بحث).

إلى جانب هذا تصميم مقياس لاتجاهات القائمين بالاتصال في صحافة المرأة نحو المرأة الريفية.

واستعانت المشرفة في هذا الجانب من البحث بالدكتور عبد الحميد صفوت أستاذ علم النفس في بناء وصياغة المقياس. ومرت العملية بعدة خطوات هي:

١- تحديد عدة أبعاد يدور حولها موضوع المرأة الريفية تتمثل في: الاتجاه نحو موضوع المرأة الريفية في الصحف. الاتجاه نحو دور المرأة الريفية في المشاركة السياسية. الاتجاه نحو الوظائف الريفية للمرأة الريفية كزوجة وأم.

٢- تمت ترجمة هذه الأبعاد في ١٠٣ فقرات.

٣- أجريت مراجعة لهذه الفقرات، وتمت عملية استبعاد وإلغاء لبعضها، إما للتكرار أو لعدم صلتها المباشرة بأهداف البحث.

٤- صممت استمارة للتحكيم وزعت على عدد من أساتذة علم النفس بهدف قياس الصدق الظاهري للمقياس، والتأكد من مدى ملاءمة الفقرات للبعد الذي تقيسه، وتحديد مدى صلاحية كل فقرة من حيث الصياغة اللغوية، واقتراح أية تعديلات على الفقرات أو إضافة فقرات جديدة.

عينات الدراسة:

اعتمدت الدراسة في قسميها الإعلامي والميداني على مجموعة من العينات نوجزها على النحو التالي:

١- العينة الإعلامية.

٢- عينة الدراسة الميدانية.

أولاً: العينة الإعلامية وتشمل:

عينة الصحف:

تم اختيار الصحف اليومية الصباحية الأربع التي تصدر في مصر، ثلاثة منها صحف قومية بمعنى أنها تصدر عن المؤسسات الصحفية القومية المملوكة لمجلس الشورى إحدى مؤسسات الدولة وهي: "الأهرام" و "الأخبار" و "الجمهورية" والرابعة صحيفة "الوفد" اليومية التي تصدر عن حزب الوفد الجديد.

وجريدة "الأهرام" تخصص صفحة أسبوعية للمرأة عنوانها "المرأة والطفل" ضمن ملحق الجمعة تشرف عليها: سناء البيسي.(*)

أما جريدة "الأخبار" فتخصص بعض الأبواب الأسبوعية للمرأة؛ إذ تخصص يوم الأحد جزءا للمرأة عنوانه "أخبار حواء" ينشر بالركن الأيسر بالصفحة الأخيرة وتشرف عليه: فاطمة سعيد. وفي اليوم نفسه تخصص جزء آخر عنوانه "الجنس الآخر" ينشر في الركن الأعلى الأيمن بالصفحة الأخيرة أيضا. وتقدمه مي شاهين. وجزء ثالث ينشر يوم الجمعة من كل أسبوع تشرف عليه ناهد حمزة، ويحمل عنوان: "النساء وللرجال فقط".

(*) كانت الأستاذة سناء البيسي تشرف على هذه الصفحة خلال فترة إجراء البحث، غير أنه حدث تغيير في النصف الثاني من عام ١٩٩٣ حيث تولت الإشراف على هذه الصفحة الأستاذة: ماجدة مهنا، غير أن هذا يعد خارج نطاق فترة البحث.

وتخصص جريدة "الجمهورية" ركنًا أسبوعيا للمرأة يصدر كل يوم خميس بعنوان: "آدم وحواء" وتشـرف عليه ناهد الشناوي.

كما تخصص جريدة "الوفد بابا أسبوعيا ضمن عدد الجمعة بعنوان: " هي".

وقد تم تحليل مضمون هذه الأجزاء الخاصة بالمرأة. فضلاً عن كل المواد الصـحافية الأخـرى والتـي تناولت قضايا المرأة. ونشرت خارج هذه الأجزاء خلال الفترة الزمنية للتحليل.

كما شملت عينة الصحف أيضا جريدتين أسبوعيتين هما جريدة "أخبار اليوم" وجريدة "التعاون".

إذ تخصص "أخبار اليوم" ركنًا أسبوعيا للمرأة بعنوان "قيل وقال" وتشرف عليه دينا ريـان ويشـغل ٤/٣ الصفحة تقريبا.

وتخصص جريدة "التعاون" ركنًا يحمل عنوان "طبيبك الخاص" تقدمه إيفون بشاي ويشغل نصف الصـفحة تقريبا.

وتم تحليل مضمون هذين الجزءين. فضلاً عن المواد الصحفية الأخرى التي نشرت خارجهمـا وتناولـت قضايا المرأة خلال فترة التحليل.

وتم اختيار مجلتين أسبوعيتين عامتين هما: مجلة "صباح الخير" ومجلة "أكتوبر". وتخصص مجلة "أكتوبر" جزءا خاصا للمرأة بعنوان "امرأة كل العصور" تقدمه نفيسة عابد، في حين يغلب المضمون الخاص بـالمرأة على ما يقدم من خلال عدة أجزاء وأعمدة صحفية في مجلة "صباح الخير أيها العالم". "حيرة قلبـي" والـذي يحمل توقيعا مستعارا (قوت القلوب). "زوج غلبان" لعاصم حنفي إلى جانب جزء كاريكاتوري ساخر يحمـل عنوان" ركن النسوان" وجزء ثابت بعنوان "البنات أحلى الكائنات" ويشغل صفحتين وتحرره مجموعـة مـن المحررات الشابات. إلى جانب تتناول العديد مـن التحقيقـات والموضـوعات الصـحفية لقضـايا المـرأة والموضوعات المتعلقة بها، وتم إخضاع كل هذه المواد للتحليل خلال الفترة الزمنية للبحث.

كذلك فقد تم إخضاع المجلتين النسائيتين المتخصصتين اللتين تصدران في مصر للتحليـل وهمـا مجلـة "حواء" التي تصدر أسبوعيا عن مؤسسة "دار الهلال" منذ ١٩٥٥م وكانت ترأس تحريرها خلال فترة البحـث إيفون رياض(*)

ومجلة "نصف الدنيا" التي تصدر أسبوعيا عن مؤسسة "الأهرام" منذ ١٩٩٠م والتي ترأس تحريرها سـناء البيسي.

ثانيا: عينة القائمات بالاتصال:

كان المأمول أن تتم دراسة مسحية شاملة لكل القائمين بالاتصال في صحف الدراسة التحليليـة. غيـر أن صعوبات خاصة برفض بعضهم، وعدم اهتمام البعض الآخر رغم تكرار المحاولات بالإجابـة عـن أسـئلة الاستقصاء؛ مما اضطر فريق البحث إلى الأخذ بأسلوب العينة التي ضمت (١٨) من القائمين بالاتصال فـي

(*) تتولى الأستاذة إقبال بركة حاليا رئاسة تحرر مجلة "حواء" غير أن هذا التغيير يعتبر خارج نطاق فترة البحث.

صحف "الأهرام" و"الأخبار" و"الجمهورية" و"المساء" و"الوفد" ومجلة "أكتوبر" شملت العاملين بأقسـام المـرأة بهذه الصحف إضافة إلى (٢) من محرري مجلتي "حواء" و "نصف الدنيا" أي أن إجمالي العينة بلغ (٤٠) من القائمين بالاتصال في مجال صحافة المرأة في الصحف العامة والمجلات النسائية المتخصصة.

ثالثًا: عينة الخدمات الإذاعية المسموعة والمرئية:

الخدمات الإذاعية المسموعة:

تم اختيار "الشبكة الرئيسية" وإذاعة " القاهرة الكبرى" كأول خدمة إذاعية محلية أنشئت عام ١٩٨١ لتغطي منطقة القاهرة الكبرى، وكانت عينة البرامج التي شملها التحليل في "الشبكة الرئيسية": برنامج "إلـى ربـات البيوت". وهو برنامج يومي يقدم في الفترة الصباحية لمدة نصف ساعة.

وبرنامج "المرأة العاملة" ويذاع يوم الاثنين من كل أسبوع لمدة ربع ساعة في الفترة المسائية.

أما عينة البرامج التي أذيعت من خلال إذاعة "القاهرة الكبرى" فضمت ثلاثة برامج بواقع عشـر دقـائق يوميا لكل منها في فترة الظهيرة وهي: "مع الأسرة" ويذاع أربع مرات أسبوعيا (أيـام: السـبت، الاثنـين، الأربعاء، الجمعة).

"حواء القاهرة" ويذاع مرتين أسبوعيا (يومي: الأحد، والخميس).

"خدمة لكل أسرة" ويذاع يوم الثلاثاء من كل أسبوع.

القنوات التليفزيونية:

شمل التحليل المضمون الخاص بالمرأة في القناة الأولى. والقناة الثانية، والقناة الثالثة (أول قناة تليفزيونية محلية بدأت بثها عام ١٩٨٥ وتتوجه لإقليم القاهرة الكبرى).

وكانت عينة البرامج التي تم تحليلها في القناة الأولى:

"نحو الهدف" هي......." و "بريد المرأة". "فن التفصيل والخياطة". "عزيزتي حواء". "الوقاية تغنـي عـن العلاج". "الصحة حول العالم". "مجلة المرأة" وكلها برامج أسبوعية تذاع في فترة الضحى والظهيرة التي تمتد من العاشرة صباحا وحتى الخامسة مساء.

إلى جانب تحليل أربع حلقات من برنامج "طبق العيد"؛ إذ أن العينة الزمنية واكبت فترة عيـد الأضـحى. وحلقة واحدة من برنامج "أطفال الغد".

وشملت عينة البرنامج التي قدمتها القناة الثانية:

"اك ولأسرتك" يذاع مرتين في الأسبوع (الأحد والأربعاء) في فترة الظهيرة.

"لكل الناس" يقدم يوم السبت في فترة الظهيرة أيضا.

"أمومة وطفولة" ويذاع يوم الاثنين من كل أسبوع في فترة المساء.

أما القناة الثانية فتقدم برنامجا واحدا هو "لكل عروسين" في فترة السهرة يوم الخميس من كل أسبوع كما شملت عينة البحث أفلام سينمائية وتليفزيونية تناولت قضايا تخص المرأة عرضت خلال فترة البحث هي "النداهة"، "أفواه وأرانب". "أم العروسة". "أنت حبيبي"، "إشاعة حب"، "حكايتي مع الزمان". "محاكمة علي بابا". "حل يرضي جميع الأطراف".

إلى جانب مسلسل "سر الأرض" الذي تعرضه القناة الأولى يوم الجمعة من كل أسبوع وحلقة واحدة من بعض البرامج هي: "الشارع المصري". "من غير ميعاد". "شخصيات ضاحكة" برنامج خاص عن المرأة في الهند بمناسبة عيد الهند الوطني.

وحلقة واحدة من مسلسل "عصفور في القفص " وحلقة واحدة أيضا من مسلسل" ضمير أبله حكمت".

ثانيا: عينة الدراسة الميدانية:

تنقسم العينة إلى نوعين:

١- العينة الجغرافية.

٢- العينة البشرية.

العينة الجغرافية:

اتفق فريق البحث على اختيار قريتين ومركز حضري، تمثل القرية الأولى (الزرابي) الوجه القبلي وتقع في محافظة أسيوط، أما القرية الثانية (كمشيش) فهي تقع في الوجه البحري، كما تم اختيار حي "مصر القديمة" كممثل للحضر.

وقد روعي في الاختيار تباين الظروف الاجتماعية والاقتصادية والخلفية الثقافية لكل من القريتين، كما تم اختيار حي "مصر القديمة" حيث يتميز اتساع نطاقه العمراني وكثافته السكانية وتباين مستوياته الاقتصادية والاجتماعية، وروعي اختيار ثلاث شياخات بالحي التي عكست الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية (المنيل – عين الصيرة – عزبة خير الله) – وقد ساعد التباين في أنماط العينة الجغرافية على طرح أنماط متباينة من أشكال التعامل والعلاقات بين المرأة الريفية والحضرية ووسائل الإعلام.

عينة الجمهور النسائي:

لقد أجريت الدراسة الاستطلاعية على عينة بلغ قوامها ١٥٠٠ مفردة في كل من الزرابي وكمشيش ومصر القديمة أما دراسة الحالة فقد طبقت على ٢٦ مفردة وذلك على النحو التالي:

- ثماني حالات في قرية كمشيش.
- ثماني حالات في مصر القديمة.
- عشر حالات في قرية الزرابي.

وصف عينة الجمهور الذين أجريت عليهم "دراسة الحالة" يمكن إجمال أهم خصائص عينة النساء اللائي طبقت عليهم دراسة الحالة على النحو التالي.

١- تتراوح أعمار النساء في قريتي كمشيش والزرابي وحي مصر القديمة ما بين ٢، ٦.

٢- تفاوت المستوى التعليمي لعينة الدراسة، ففي عينة الريف بلغت نسبة الأميات ٤٤,٤% والمتعلمـات تعليما متوسطًا ٣٣,٣% والحاصلات على مؤهل جامعي ١٦,٧% وظهرت واحدة تجيـد القـراءة والكتابة بعد حصولها على شهادة محو الأمية.

أما في عينة الحضر فقد بلغت نسبة الأميات ٥٠% والحاصلات على مؤهل متوسط ٢٥% والحاصـلات على مؤهل جامعي ٢٥%.

٣- من حيث ممارسة العمل خارج المنزل فقد ظهرت فروق واضحة؛ ففي قرية الزرابي بأسيوط ظهر أن نصف عدد النساء اللائي طبقت عليهن دراسة الحالة لا يمارسن أعمالاً خارج المنزل. في حين ظهر أن اللائي طبقت عليهن الدراسة في قرية كمشيش بالمنوفية يعملن خارج المنزل، وفـي حـي مصر القديمة بلغت نسبة اللائي يعملن خارج المنزل ممن طبقت عليهن الدراسة ٦٢,٥%.

وقد انحصرت مجالات العمل في الزراعة والتجارة والتدريس في حين تنوعت مجالات العمل في الحضر سواء في القطاع الحكومي أو القطاع غير الحكومي بما يثيره ذلك من مشاكل متصلة بأوضاع العمل وعـدم توفر الضمانات الحقيقية التي تحقق استمرارية العمل.

٤- تنوعت الحالة الاجتماعية المبحوثات في قرية الزرابي وفي مصر القديمة بين المتزوجات والآنسات والأرامل في حين كانت كل الحالات المدروسة في قرية كمشيش من المتزوجات.

٥- ما زال النمط الغالب للمعيشة في قرية الزرابي هو الحياة داخل إطار الأسرة الكبيرة؛ إذ بلغت نسبة اللائي تتمتعن بمسكن مستقل بين عينة الزرابي ٦٠% فقط، في حين بلغت نسبة اللائي يقمـن فـي سكن خاص بهن في قرية كمشيش ٧٥%.

أما في مصر القديمة فقد ظهر من يقمن في مسكن مستقل، غير أنه ظهر ميل الأسر والعائلات فـي هـذا الحي إلى التجاور السكني.

أدوات العمل الميداني:

لقد تم إنجاز العمل الميداني على مستويين سعيا لتوفير إجابات متكاملة وتحقيق فهم أعمق لما يطرحـه البحث من تساؤلات وهي:

أولاً: مستوى الأسرة:

في هذا المستوى يعتمد البحث على الاستبيان ودراسة الحالة، والملاحظة:

أ- الاستبيان:

رغم ما يثار من تحفظات حول مدى كفاءة وفاعلية هذا الأداء البحثي في توفير بيانات دقيقة عن الريف المصري إلا أن استخدامها هنا مهم لتوفير بيانات كمية ومؤشرات كيفية حول الجوانب التالية:

- حجم الحيازة/ والتعرض لكل وسيلة إعلامية.

- سلوك التعرض لكل وسيلة.
- رؤية النساء لكل وسيلة ومدى تأثرهم بها أو اعتمادهم عليها.
- الاحتياجات الإعلامية للنساء.

ويتضمن الاستبيان مجموعة تساؤلات تسجل الجوانب السابقة بالإضافة إلى البيانات الأولية عن المبحوثين.

السن/ النوع/ الحالة الاجتماعية. المستوى التعليمي. نمط المعيشة والدخل.

ب – دراسة الحالة:

وقد تم إجراء دراسة متعلقة لبعض الأسر الريفية من مستويات مختلفة (عشرة) بكل قرية بهدف توفير البيانات حول تساؤلات البحث المختلفة وبالذات التساؤلات الخاصة بعلاقة المرأة بوسائل الإعلام وتنشئة الطفل والبناء الأسري والعلاقات العائلية والقيم الاجتماعية المختلفة، ودرجة اعتماد النساء على أجهزة الإعلام وقد صمم لذلك دليلاً للمقابلة يتضمن تساؤلات مفتوحة حول هذه الجوانب بالإضافة إلى التاريخ الاجتماعي لكل أسرة.

ج – الملاحظة بالمشاركة:

وقد تم استخدام هذه الأداة بهدف توفير البيانات التي يصعب الحصول عليها من خلال الأدوات السابقة وتتركز الملاحظة بالمشاركة على الجوانب التالية:

- أشكال وأساليب الاتصال المختلفة بكل قرية وبالمركز الحضري.
- قدرة الفئات النسائية المختلفة على المشاركة في عملية الاتصال.
- أنماط تناقل المعلومات بين المستويات الاجتماعية المختلفة.
- سلوك التعرض والتعامل مع أجهزة الإعلام المختلفة من جانب النساء ومدى التكامل بين أنماط الاتصال المختلفة بقرى الدراسة والمركز الحضري.
- موضوعات الحوار وأساليب التخاطب والتفاعل بين النساء اللائي ينتمون إلى الفئات الاجتماعية المختلفة.

ثانيا: مستوى النساء كأفراد:

حتى تكتمل الصورة استلزم الأمر، استطلاع رأي عدد من النساء في الريف والحضر خلال مقابلات مقننة طرحت فيها الأبعاد والتساؤلات التالية:

١- يوجد تجاهل تقييم دور أجهزة الإعلام في المجتمع: الأول يؤكد أهمية وخطورة هذا الدور في مجال تشكيل رؤى ومعارف الأفراد في المجتمع. والثاني يقلل من أهمية هذا الدور، ويربط بين فاعلية أجهزة الإعلام وبين بعض العوامل الاجتماعية والثقافية، فأي الاتجاهين يعبر عن حقيقة موقع العملية الإعلامية لدى النساء في الريف والحضر.

٢- للصور الذهنية لدى الجمهور عن أجهزة الإعلام دور مهم في تحديد فاعلية أداء هذه الأجهزة في المجتمع. فهل تعتقد أن الصور الذهنية المتوفرة لدى النساء في الريف تجاه أجهزة الإعلام المصرية مواتية وايجابية؟ وهل يتساوى الأمر بين مختلف وسائل الإعلام في هذا المجال؟.

٣- ترتبط ممارسة أجهزة الإعلام في المجتمع ببناء القوة السائدة وطبيعة التوجهات السياسية للنخب الحاكمة في كل فترة تاريخية، فهل تعتقد أن التوظيف السياسي الراهن لأجهزة الإعلام في المجتمع المصري يدعم الوعي السياسي والحقوقي لدى النساء؟ وفي أي اتجاه؟ بمعنى آخر هل تساهم هذه الأجهزة في تشكيل وعي زائف للنساء الريفيات أم وعي حقيقي؟

٤- يوجد اقتناع لدى خبراء الاتصال والإعلام بأن الاتصال الشخصي أكثر فاعلية وتأثيرا من أنواع الاتصال الأخرى في مجال التغيير في القرية المصرية؟ إلى أي مدى تصدق هذه المقولة بالنسبة للمرأة الريفية؟

٥- شهدت القرية المصرية في الحقب الأخيرة العديد من التغيرات، منه تزايد تيار الهجرة الخارجية والزواج المادي لدى بعض الفئات، والارتفاع النسبي في معدلات التعليم والوعي لدى القرويين، والتغير في بناء الأسرة ووضع المرأة الريفية. فهل كان لأجهزة الإعلام دور محدد في هذه التغيرات؟ وما نوع هذا الدور؟ وهل تؤيد الرأي القائل بأن هذه التغيرات قد زادت من حاجة واعتماد المرأة الريفية على أجهزة الأعلام؟

٦- أصبح وشيكًا أن يتم تعرض الأفراد في المجتمع المصري من خلال أجهزة التليفزيون المحلي للبث التليفزيوني الخارجي والمباشر عبر الأقمار الصناعية وأن ثمة اتجاهين في هذا الموضوع الأول: يرى مخاطر البث على الثقافة المحلية وجهود التنمية والثاني: يرى أنه يثري الثقافة المحلية. وأن هذه الثقافة بميراثها التاريخي والحضاري، قادرة على استيعاب وتطويع كل ما هو وافد وغريب. فأي الاتجاهين تعتقد أنه الأصوب؟ وهل ترى أن هذا البحث سيكون له أثر محدد على منظومة القيم وأساليب التنشئة السائدة في الريف المصري.

٧- في ضوء تزايد تعرض المرأة الريفية لوسائل الإعلام وعلى الأخص المرئي والمسموع؟ إلى أي مدى تأثرت منظومة القيم والأنشطة التي تمارسها المرأة الريفية علاوة على وعيها الاجتماعي بالبرامج والمواد الإعلامية التي تعرضها وسائل الإعلام؟ وما هي قائمة التفصيلات الإعلامية لدى النساء في الريف؟ وهل تختلف الدرجة لدى المرأة المتعلمة عنها لدى الأمية ولماذا؟

خطة العمل الاجتماعي:

تشكل فريق البحث من مجموعة من الأساتذة والأساتذة المساعدين، والمدرسين والمدرسين المساعدين، والمعيدين بكلية الإعلام، وجامعي البيانات من القرى والمركز الحضري.

وتحددت خطة العمل البحثي على النحو التالي:

١- اجتماعات تنظيمية دورية لتوزيع المسئوليات البحثية ومتابعتها تحت إشراف الباحث الرئيسي.

٢- إعداد تقارير مرحلية ومناقشتها في الاجتماعات الدورية.

٣- زيارات ميدانية للقرى والمركز الحضري.

٤- إعداد تقرير المرحلة الأولى للبحث وتشمل الدراسات الاستطلاعية لكل من الجزء الإعلامي والميداني.

٥- إعداد تقارير المرحلة الثانية وتشمل الدراسة التحليلية للجزء الإعلامي ودراسات الحالة المكثفة للجزء الميداني.

٦- إعداد التقارير المقارنة بين نتائج كل من الدراسة الإعلامية والدراسة الميدانية.

٧- مناقشة المقارنات في اجتماع موسع يضم مسئولي المجموعات البحثية.

٨- إعداد التعديلات المقترحة في الاجتماع الموسع وعرضها على مسئولي المجموعات ومستشاري البحث.

٩- إعداد التقرير النهائي ومناقشته مع مسئولي المجموعات والمستشارين.

١٠- إعداد حلقة نقاشية لمناقشة التقرير النهائي، هذا وقد تم توزيع المسئوليات البحثية على أعضاء فريق البحث، وذلك على النحو التالي:

أ- قامت أ. د. عواطف عبد الرحمن (الباحث الرئيسي) بتصميم الخطة العامة للدراسة، وتحديد المسئوليات البحثية لفريق العمل في كل من الجزءين الإعلامي والميداني.

كما تولت الإشراف العام على جميع مراحل الجزءين الإعلامي والميداني، كذلك قامت بالإشراف البحثي المباشر على إنجاز الدراسة الميدانية الخاصة بقرية الزرابي أسيوط وقامت بإعداد تقرير المرحلة الأولى وإعداد وكتابة التقرير النهائي للدراسة باللغتين العربية والإنجليزية وإعداد ورقة العمل للحلقة النقاشية.

ب- قامت أ.د. ليلى عبد المجيد بالإشراف على متابعة وإعداد الجزء الإعلامي وتولت كتابة التقرير الخاص بهذا الجزء كما شاركت في إعداد التقارير المقارنة بين كل من الجزءين الإعلامي والميداني ومناقشة التقرير النهائي.

ج- قامت د. نجوى كامل الأستاذ المساعد بقسم الصحافة بالإشراف على متابعة وإعداد الجزء الخاص بالقائمات بالاتصال في الصحافة وكتابة التقرير الخاص بهذا الجزء، كما تولت الإشراف البحثي المباشر على إنجاز الدراسة الميدانية الخاصة بقرية كمشيش وكتابة التقرير الخاص بها. كذلك شاركت في إعداد التقارير المقارنة بين القريتين (الزرابي – كمشيش) والمركز الحضري (مصر القديمة). وشاركت في تصميم الاستبيان ودليل دراسة الحالة على مستوى الجزء الميداني ككل. كما شاركت في مناقشة التقرير النهائي.

د- قامت د. أميرة العباسي الأستاذ المساعد بقسم الصحافة بالإشراف على مجموعة البحث الخاص بتحليل مضمون المجلات النسائية المتخصصة وكتابة التقرير الخاص بهذا الجزء.

هـ- قامت د. جيهان يسري المدرس بقسم الإذاعة بالإشراف على إعداد الجزء الخاص بتحليل مضمون برامج الإذاعة والتليفزيون وكتابة التقرير الخاص بهذا الجزء.

و- قام أ.د عادل شعبان الباحث بمركز البحوث العربية بالإشراف على الجزء الميداني في قرية كمشيش (والمركز الحضري – مصر القديمة) وإعداد التقارير الاستطلاعية، كما شارك في تصميم دليل دراسة الحالة والاستبيان للدراسة الميدانية ككل.

ز- شاركت أ.د. ليلى عبد الوهاب الأستاذ بقسم الاجتماع – جامعة بنها في تصميم الاستبيان ودليل دراسة الحالة للدراسة الميدانية ككل. كما تولت الإشراف على الدراسة الاستطلاعية لقرية ميت سلسيل وقد تم استبعادها في المرحلة الثانية لقصور المعلومات الواردة بها عن تحقيق أهداف الدراسة الميدانية.

ح- شاركت أ.د. هويدا منير الباحثة بهيئة الاستعلامات في إعداد التقارير المرحلية الخاصة بقرية الزرابي والمراجعة العامة لبعض تقارير الدراسة قبل الطبع النهائي.

ط- شاركت د. إيناس أبو يوسف في إعداد تقرير المقارنة بين القرى (الزرابي – كمشيش).

ي- قام أ. صديق ضاحي المذيع بإذاعة الشباب والرياضة بالمشاركة في الإشراف على جميع مراحل جمع البيانات في قرية الزرابي.

ك- شارك أ. عصام فوزي في المراجعة العامة لكل من الجزء الإعلامي الميداني.

صعوبات الدراسة:

لقد صادفت المسيرة البحثية لهذه الدراسة العديد من الصعوبات وخاصة في الجزء الميداني ويمكن تصنيف هذه الصعوبات إلى نوعين:

١- صعوبات تتعلق بفريق البحث في الدراسة الميدانية.

٢- صعوبات تتعلق بجمهور المبحوثات من نساء الريف والحضر.

وفيما يتعلق بالنوعية الأولى من الصعوبات فقد كشفت الممارسات البحثية عن صعوبة العمل الجماعي في مجال العلوم الاجتماعية، ويعزى ذلك إلى أسباب كثيرة لعل أبرزها يكمن في طبيعة النظام التعليمي الذي يكرس الروح الفردية وينميها من خلال الاعتماد الكامل على الأسلوب التلقيني وعدم إيلاء العناية الكافية للأساليب التربوية المتطورة التي تعنى بتنمية القدرات العقلية المختلفة لدى الطلاب وتغرس لديهم روح المبادرة والجرأة الفكرية والقدرة على التواصل العقلي والوجداني فيما بينهم كأجيال من ناحية وبينهم وبين أساتذتهم وروادهم من ناحية أخرى، علاوة على تحقيق التواصل مع الجمهور العام، وقد تجلى هذا المظهر السلبي في الدراسة الميدانية على نحو خاص؛ إذ أن تأهيل وتدريب الباحث الإعلامي على العمل الجماعي قد أثمر بصورة إيجابية واضحة في الجزء الإعلامي، فيما افتقر الجزء الميداني لهذه الميزة.

أما النوعية الثانية من الصعوبات فهي ترتبط بجملة إشكاليات تتعلق بجمهور المبحوثات سواء في الريف أو الحضر بعضها يرجع إلى وضعية المرأة المصرية والموروثات الثقافية التي أدت تاريخيا إلى عجزها عن التعبير بصدق ووضوح عما يعتمل في داخلها بسبب القيود الاجتماعية وهيمنة السلطة الأبوية وسيادة الثقافة الذكورية. وقد تجلى هذا الجانب على وجه التحديد في قريتي الدراسة (الزرابي – كمشيش) فيما لم يتضح بنفس الدرجة في المركز الحضري (مصر القديمة).

كذلك كشف البحث الميداني عن عدم كفاءة الأدوات البحثية التي تم الاستعانة بها لجمع البيانات والمعلومات الأساسية للبحث، مثال ذلك الاستبيان الذي أثبت نجاحه كأداة بحثية في المجتمعات الغربية المتقدمة تكنولوجيا والمختلفة حضاريا وثقافيا عن المجتمعات العربية وفي قلبها المجتمع المصري. فالشكوك والمخاوف من الإدلاء بأية معلومات مهما كانت درجة عموميتها وبساطتها – مثلت حاجزا أو عقبة حالت دون إدلاء كل من جمهور النساء والرجال في الريف بما يحتاجه البحث من معلومات وتفاصيل؛ مما أسفر في النهاية عن الحصول على إجابات شبه نمطية رغم حرص فريق البحث على إجراء عدة مستويات للدراسة لتدارك سلبيات الخطاب النمطي الذي سيطر على إجابات أغلب المبحوثات.

وهناك صعوبة أخرى كشفت عنها الدراسة الميدانية هي استحالة إنجاز أي تقدم ملموس في الحصول على المعلومات المطلوبة من المبحوثات في حالة الاستعانة بباحثين من خارج القرى. إذ يتم التعامل معهم كغرباء يمكن استضافتهم وإكرامهم في إطار السخاء الريفي المعهود ولكن لا يمكن الإدلاء لهم بمعلومات قد تؤدي إلى عواقب غير حميدة لمبحوثات في أحسن الحالات.

وقد كشفت الدراسة الميدانية عن بعض الفروق الثقافية والاجتماعية التي تستدعي الاهتمام والعناية من جانب المشتغلين بالعلم الاجتماعي والتي برزت من خلال المقارنة بين قرى الصعيد بإطارها الثقافي المغلق وقرى وجه بحري الأكثر انفتاحا ومرونة، وكذلك بين الريف بوجهيه القبلي والبحري وبين المركز الحضري (مصر القديمة) الذي ينتمي إلى منظومة ثقافية مختلفة إلى حد كبير عن القيم الثقافية والاجتماعية لأهل الريف.

ولعل أخطر السلبيات التي كشف عنها الباحث الميداني هو شيوع الأسلوب النمطي الشكلي لدى بعض الباحثين والذي تجلى بصورة فجة سواء في استفاء المعلومات أو أساليب معالجتها وافتقاد القدرة على التعمق والتأمل فيما يطرحه الواقع والميل إلى أسلوب عجيب إلى تسديد الخانات منه إلى استخلاص جوهر المعرفة الحقيقية التي تضيء وتضيف ولا تكرر ما أنتجه السابقون.

ولا شك أن الكشف عن هذه التصورات يعد في حد ذاته إضافة هامة في تراث البحوث الميدانية حيث يبرز ضرورة التنبيه إليها والعمل على تجاوزها باستحداث أساليب بحثية بديلة والاهتمام ببرامج التدريب المتواصل للباحثين على كافة مستوياتهم وفي مختلف فروع العلم الاجتماعي، والحرص على غرس روح الجدية والالتزام والعمل الجماعي والأمانة العلمية لدى الأجيال الجديدة من الباحثين.

ما تنفرد به هذه الدراسة:

يمكن القول: إن البحث يعد استكمالاً للجهود العلمية السابقة والبحوث الجادة التي عنت بدراسة المرأة المصرية ووسائل الإعلام غير أنه يتميز ببعض السمات التي تمثل إضافة جديدة في هذا المجال نوجزها على النحو التالي:

١- يلاحظ أن البحوث السابقة التي درست مضمون هذه الوسائل وسعت لتقييم دورها توقفت عند فترة الثمانينات، إلا أن هذا البحث يركز على دراسة الإعلام الخاص بالمرأة بوضعه الراهن في التسعينيات من هذا القرن.

٢- ينفرد هذا البحث بدراسة مدى اهتمام وسائل الإعلام المصرية بقضايا المرأة الريفية والتنمية ومدى انعكاس ذلك على الجمهور المستهدف من النساء.

٣- يتبنى البحث منهجا شاملاً في دراسته للاهتمامات الخاصة بالمرأة المصرية في كل وسائل الإعلام الجماهيري المصري (الصحف اليومية والأسبوعية والمجلات العامة النسائية والمتخصصة وبرامج المرأة في الإذاعة والتليفزيون) مما يتيح إعطاء صورة متكاملة – إلى حد كبير – للأداء الإعلامي فيما يتعلق بقضايا المرأة المصرية.

كما أنه اهتم بتحليل ما يتعلق بالمرأة من المواد المنشورة في الصحف ولم يقتصر على دراسة أبواب المرأة فقط، وكذلك شمل كل المواد الإذاعية التليفزيونية وليست البرامج الموجهة للمرأة فقط إضافة إلى تحليل بعض الأفلام السينمائية والتليفزيونية والمسلسلات وغيرها من الأعمال الدرامية التي تناولت قضايا المرأة وعرضها بالتليفزيون المصري خلال فترة الدراسة.

٤- ينفرد هذا البحث بتركيزه على دراسة البعدين الغائبين في بحوث المرأة والإعلام وأعني بهما دراسة القائمين بالاتصال في الإعلام النسائي من حيث تأهيلهم وتدريبهم والعوامل التي تؤثر على أدائهم لعملهم واتجاهاتهم نحو المرأة، وخاصة المرأة الريفية، كما أولى البحث عناية خاصة لدراسة الجمهور من النساء في ريف مصر وحضرها مركزا على الواقع الاجتماعي والاقتصادي والثقافي والإعلامي للمرأة، وعلاقاتها الاجتماعية ومنظومة القيم التي تتبناها، ومدى وعيها بقضايا مجتمعها ومدى ارتباط ذلك بعدة متغيرات هي وسائل الإعلام، التعليم، العمل.

٥- ما يميز هذا البحث أيضا الرؤية التي تتسم بها أجزاؤه المختلفة وعلى عدة مستويات، على مستوى وسائل الاتصال المختلفة (مطبوعة، مسموعة، مرئية) وعلى مستوى نتائج تحليل المضمون ونتائج الدراسة الخاصة بالقائمين بالاتصال، والتحليل المقارن بين نتائج دراسة الحالة الخاصة بجمهور النساء في الريف والحضر، وعلى مستوى المقارنة بين ما تطرحه وسائل الإعلام المصرية من قضايا، وصورة المرأة المصرية وبين ما تطرحه عينة الجمهور النسائي التي تم دراستها في الريف والحضر.

وإذا كانت النتائج التي تم التوصل إليها في هذا البحث قابلة للتعميم إلا أن هذا لا يتحقق إلا في إطار الفهم العميق للفترة الزمنية التي تم إجراء البحث خلالها وخصائص عينة البحث، خاصة بالنسبة لعينة النساء فـي الريف والحضر التي تم اختيارها لتطبيق دراسة الحالة عليها والتي روعي في اختيارها أن تكون لها سـمات عامة يمكن أن تطبق على أي فرد من المجتمع الذي تنتمي إليه الحالة مع وجود تنوع واخـتلاف فـي هـذه السمات.

وهنا تثار كل الإشكاليات الخاصة بضرورة الحذر من التعميم استنادا إلى عدد قليل مـن الحـالات، وإن البحث لم يكتف بدراسة الحالة بل جمع بينها وبين الأساليب الكمية من خلال تطبيق استمارة الاستبيان علـى عينات أكبر من جمهور النساء.

الفصل الأول

النتائج العامة للبحث

أولاً: الصحف المصرية اليومية وقضايا المرأة والتنمية في الريف المصري:

اتضح من البحث ما يلي:

١- أن القضايا المتعلقة – بالمرأة والأسرة كانت أكثر القضايا التي عالجتها الصحف اليومية بصفة عامة بنسبة ٣٤,٦% من اهتمامها بكل قضايا المرأة خلال فترة التحليل، وارتفعت نسبة تناول جريدة "الأهرام" لتصبح ٤١% من إجمالي ما تناولته من قضايا تتعلق بالمرأة، وبلغت ٤٠,٤% من إجمالي ما تناولته جريدة "الأخبار"، وبلغت نسبة تناول جريدة، الوفد "لها ٣٢,٤% من إجمالي اهتمامها بقضايا المرأة عامة.

وكانت جريدة "الجمهورية" أقلهن تناولاً لقضايا المرأة والأسرة؛ إذ بلغت نسبتها ٢٤,٢% من إجمالي ما تناولته من قضايا تتعلق بالمرأة.

٢- جاءت قضايا المرأة والتنمية في الترتيب الثاني من حيث اهتمام الصحف اليومية؛ إذ بلغت نسبة ذلك ٢٧,٣% من إجمالي ما تناولته هذه الصحف من قضايا المرأة، وارتفعت نسبة ذلك لتصل إلى ٣١,٦% في جريدة "الأهرام" تليها جريدة "الجمهورية" بنسبة ٢٨,٣% ثم ما تناولته من قضايا المرأة والتنمية ٢١,٢% من إجمالي ما تناولته من قضايا.

٣- شكلت الموضوعات التي تمثل الاهتمامات التقليدية للمرأة كالموضة والتجميل والتنظيف والطهي ٥/١ اهتمامات الصحف اليومية بكل قضايا المرأة وكان "الوفد" أكثرها اهتماما بهذه الموضوعات بنسبة ٣٧,٨% من إجمالي اهتمامها بكل قضايا المرأة، التي تلتها الأخبار "بنسبة ٢٣,٣%، وبلغت نسبة ذلك في جريدة "الأهرام" ١٩,٧% من إجمالي اهتمامها بقضايا المرأة، وجاءت الجمهورية في المؤخرة بنسبة ١٢,٥% من إجمالي اهتمامها بكل قضايا المرأة.

٤- ظهر في التحليل الغياب شبه الكامل للاهتمام بقضايا المرأة المصرية الريفية؛ إذ تتجاوز نسبة تناول قضاياها في الصحف اليومية ككل ٢,٣% فقط من إجمالي الاهتمام بكل قضايا المرأة المصرية بكافة قطاعاتها، في حين استأثرت المرأة المصرية الحضرية وحدها بنسبة ٢٩,١% من إجمالي الاهتمامات بقطاعات المرأة المصرية.

وكانت نسبة الاهتمام بقضايا المرأة المصرية – بصفة عامة – دون تحديد قطاع بعينه في كل الصحف اليومية بنسبة ٦٧,٩% من إجمالي الاهتمام.

أما المرأة البدوية فكان الاهتمام بها معدوما تقريبا (٠,٧% من إجمالي الاهتمام) إذ تم خلال فترة التحليل تناول موضوع واحد يخصها نشر في جريدة "الوفد" عن المرأة البدوية والأسرة.

٥- يلاحظ أن حجم الاهتمام بقضايا المرأة الريفية والتنمية لم يتجاوز ٤,٩% من إجمالي الاهتمام بقضايا المرأة المصرية والتنمية عموما.

وكانت نسبة الاهتمام بقضايا المرأة الريفية والأسرة ١,٦% فقط من إجمالي الاهتمام بقضايا المرأة والأسرة ككل.

وفيما يتعلق بالاهتمام التقليدي للمرأة المصرية فقد تركزت بشكل أساسي على ما يهم المرأة الحضارية وحدها.

٦- كانت جريدة "الجمهورية" أكثر الصحف اليومية تناولاً لقضايا المرأة المصرية الريفية بالقياس إلى إجمالي تناولها لقضايا المرأة المصرية بكل قطاعاتها؛ إذ بلغت نسبة ذلك ٣,٩% تلتها "الأخبار" بنسبة ٢,٤% من إجمالي اهتمامها بكل قطاعات المرأة المصرية ثم" الأهرام "بنسبة ١,٩% فقط.

أما "الوفد" فلم تتناول أية قضية تتعلق بالمرأة الريفية خلال فترة التحليل.

٧- كان موضوع "إكساب المرأة بعض المهارات والسلوكيات العملية "التي تفيدها في حياتها هو أكثر الموضوعات التي اهتمت بها الصحف اليومية ككل في إطار اهتمامها بقضايا المرأة المصرية والتنمية بنسبة ٢١,٦%.

وإن تركز بصفة أساسية على بعض المهارات الخاصة بالطهي مثل إعداد الأطباق السريعة، وطرق حفظ الأطعمة، والتعرف على مدى صلاحيتها.

في حين لم يظهر اهتمام كاف بتناول الصناعات الريفية والبيئية والمنزلية وتربية الدواجن والنحل، وبعض المهارات الخاصة بالزراعة كزرع بعض الخضراوات للاستخدام المنزلي أو كمشروع صغير.

وجاء موضوع تشجيع المرأة على الإبداع فنيا وأدبيا "في الترتيب الثامن حيث حجم الاهتمام في الصحف اليومية بنسبة ١٧,٦ % من إجمالي اهتمام الصحف اليومية بقضايا المرأة والتنمية، ويلاحظ أن صحيفتي "الأهرام" "والأخبار" فقط هما اللتان تناولتا هذا الموضوع.

جاء بعد ذلك من حيث حجم اهتمام الصحف اليومية موضوع "الجمعيات والمنظمات النسائية الاجتماعية والسياسية والمتخصصة "بنسبة ١٠,٨% وظهر هذا الموضوع في كل الصحف عدا "الوفد"، وكانت أغلب المواد الصحفية المنشورة حوله في شكل أخبار.

وجاء الحديث عن "عمل المرأة خارج منزلها" بنسبة ٦,٩% من إجمالي اهتمام الصحف اليومية، وتناولت هذا الموضوع كل من صحيفتي "الأهرام" و "الجمهورية" وجاءت الموضوعات الخاصة بدور المرأة في الإنتاج التي تقلل من إسهامها في ذلك، و"ترشيد أنماط الاستهلاك العائلي "بنفس حجم الاهتمام؛ إذ بلغت نسبة ذلك ٦,٩% لكل منهما من إجمالي اهتمام الصحف اليومية بقضايا المرأة والتنمية.

وبلغ حجم الاهتمام بثقافة المرأة ٥,٩% من إجمالي اهتمام الصحف اليومية بكل قضايا المرأة والتنمية.

وجاءت بعد ذلك عدة موضوعات وهي: تشجيع المرأة على ممارسة حقوقها السياسية بنسبة ٤,٩% من إجمالي تناول الصحف لقضايا المرأة والتنمية، ثم محو الأمية وتعليم المرأة بنسبة ٢,٩% فقط من إجمالي ما تناولته الصحف اليومية في هذا المجال، ثم إدارة المنزل وتخطيط ميزانية الأسرة، وتنظيم الأسرة بنسبة ١,٩% لكل منهما.

ويلاحظ أن جريدة "الجمهورية" وحدها هي التي تناولت موضوع "تشجيع المرأة على ممارسـة حقوقهـا السياسية".

أما موضوع "محو الأمية وتعليم المرأة" فلم تتناوله إلا صحيفتان يوميتان فقط هما "الأهرام" و "الجمهورية" وبتكرارات محدودة للغاية، ونشر موضوع واحد فقط عن "مراقبة الأسعار والحد من ارتفاعهـا" وموضـوع واحد فقط عن "مقاومة بعض العادات الاجتماعية المعوقة للتنمية" وموضوع واحد أيضا عن "عمالة الأطفال".

ولم تتناول أية صحيفة يومية موضوع "نشر الوعي السياسي لدى المرأة إطلاقًا"

وبالنسبة لقضايا المرأة المصرية والأسرة فقد كان موضوع "تربية الأبنـاء ورعايتهـا صـحيا ونفسـيا واجتماعيا وتعليميا وثقافيا" هو أكثر الموضوعات التي نالت اهتماما في هذا المجـال بنسـبة ٣٧,٢% مـن إجمالي تناول الصحف اليومية لقضايا المرأة المصرية والأسرة، وجاء بعد ذلك موضـوع "صـحة الأسـرة ونظام الغذاء كما وكيفًا" بنسبة ٢٤% من إجمالي الاهتمام بقضايا المرأة المصـرية والأسـرة، وتـلا ذلـك موضوع العلاقات الزوجية بنسبة ١٦,٣%.

ولم تتجاوز نسبة تناول موضوع "التشريعات الخاصة بالأحوال الشخصية" مثل: ما يتعلق بالطلاق والنفقة وحضانة الأطفال رغم أهميته وتأثيره الواضح والمباشر على المرأة وأسرتها ٤,٦% مـن إجمـالي اهتمـام الصحف اليومية بقضايا المرأة والأسرة.

وجاء بعد ذلك كل من موضوعي "العلاقات الأسرية" و"الحفاظ على البيئة ودور المرأة في حمايـة البيئـة المحيطة بها وبأسرتها من مظاهر التلوث بنسبة ٢,٣% لكل منهما".

وتناولت الصحف اليومية بعض القضايا الأخرى – رغم أهميتها بتكرار واحد فقط لكل منها وهي: "هجرة الأب للعمل بالخارج والنتائج الاجتماعية والنفسية المترتبة على ذلك بالنسبة للزوجات "المسنات" أي النسـاء اللائي تجاوزن سن الشباب والأبناء والضمانات المتوفرة لهم اقتصاديا واجتماعيا ونفسـيا، وكـذلك "الآثـار المترتبة على مشكلة الطلاق "مثل تشتت الأسرة والتمزق النفسي للأطفال وانحراف بعضـهم وغيـر ذلـك، وموضوع "تزويج الفتيات الصغيرات لكبار السن "خاصة من بعض مواطني بلاد النفط.

وهناك عدة موضوعات تتعلق بقضايا المرأة المصرية والأسرة لم تتناولها الصحف اليومية إطلاقًا وهـي: المساواة بين الجنسين" وتغيير النظرة للبنت على أنها أقل من الولد، "الزواج المبكر" وما يترتب على ذلك من مشكلات اجتماعية ونفسية وقانونية، "الآثار المترتبة على تعدد الزوجات"، "رعاية أبناء المرأة العاملة ومشكلة دور الحضانة "مشاكل الأسرة المصرية المغتربة"، "مشاكل الميراث".

وفيما يتعلق بالاهتمامات التقليدية للمرأة المصرية فقد شكلت الموضوعات الخاصة بالأزيـاء والموضـة والأناقة ما يزيد على نصف هذه والاهتمامات التي تناولتها الصحف اليومية (٢٥%) وجاءت بعد ذلك بفارق كبير الموضوعات الخاصة بالعلاقات العاطفية بنسبة ٨%، ثم كل من موضوعات "شئون المطبخ والطهـي"، "شئون المنزل"، "الريجيم والتخسيس" بنسبة ٤% لكل منها من إجمالي ما تناولتـه هـذه الصـحف متعلقًـا بالاهتمامات التقليدية للمرأة المصرية، ونشر موضوع واحد الديكور والأثاث.

٨- وقد اتضح لنا من الدراسة الخاصة بالقائمات بالاتصال في الصحف اليومية إدراك أغلبهن أن هناك إهمالاً في معالجة الموضوعات الخاصة بالتنمية خاصة ما يتعلق بالمرأة الريفية؛ إذ ذكرت بعض المحررات في كل من "الأهرام" و"الجمهورية" أن الموضوعات التي تجد فرصة للنشر في رأيهن هي التي تتعلق بالمرأة الريفية وطفل القرية.

وأضافت بعض المحررات في "الأهرام" إلى ذلك الموضوعات التي تتعلق بمشاكل المرأة العاملة.

كما أشارت بعض المحررات في "الجمهورية" إلى أن من بين هذه الموضوعات ما يتعلق بالحجاب والنقاب، القضايا الحساسة المتعلقة بالعلاقة بين المرأة والرجل.

أما القائمات بالاتصال في "الأخبار" فقد ذكرن أن الموضوعات التي لا تجد فرصة للنشر هي المتعلقة ببعض مواد قانون الأحوال الشخصية، وقد ثبت ذلك عند تحليل مضمون الصحف اليومية إذ لم تحظ الموضوعات الخاصة بالتشريعات الخاصة بالأحوال الشخصية سوى بنسبة ٤,٦% من إجمالي اهتمام الصحف اليومية بقضايا المرأة والأسرة وتركز معظم الاهتمام بهذا الموضوع في جريدة "الجمهورية".

وذكرت محررة باب المرأة في جريدة "الوفد" أن الموضوعات التي لا تجد فرصة للنشر هي الخاصة بنشاط لجان المرأة بالأحزاب الأخرى خاصة حزب التجمع ونشاط منظمات المرأة الشعبية وخاصة منظمة "تضامن المرأة"

وقد اتفقت نتائج التحليل مع هذا؛ إذ ظهر أن جريدة "الوفد" لم تنشر أية مادة صحفية خاصة بالجمعيات والمنظمات النسائية.

٩- وينعكس جانب من القصور في الاهتمام بالمرأة الريفية وقضاياها في ضعف اتجاه المحررات للسفر إلى الريف لتغطية الموضوعات الخاصة بقضايا المرأة الريفية، فمن بين ١٧ محررة شملتهن عينة البحث لم يسافر منهن لتغطية موضوعات خاصة بالمرأة الريفية إلا تسع محررات، وأغلبهن "الجمهورية" و "الأهرام"، ولم تسافر أية محررة في جريدة الأخبار "لهذا الغرض إطلاقًا.

ويلاحظ أن المحررات اللائي سافرن من جريدتي "الجمهورية" و"الأهرام"، ولم تسافر أية محررة في جريدة "الأخبار" لهذا الغرض إطلاقًا.

١٠- اعتراف ٦١% من المحررات اللائي شملتهن عينة البحث أن أقسامهن لا تعطي اهتماما كافيا للمرأة الريفية، وأرجعوا ذلك إلى الأسباب التالية (مرتبة تنازليا).

أ- عدم اهتمام المسئولين أنفسهم بقضايا الريف، ويعد هذا مبررا كافيا – من وجهة نظر المحررات – لتقاعسهن عن تغطية الموضوعات الخاصة بالريف وقضاياه ومشاكله.

وهذا يعكس ارتباط أولويات الاهتمام الإعلامي بالقضايا المختلفة بأولويات الاهتمام الرسمي بهذه القضايا.

ب- ضعف مشاركة المرأة الريفية في الحياة العامة.

ج- عدم تحمس المحررات أنفسهن لتغطية هذه الموضوعات الخاصة بالمرأة الريفية.

د- عدم وجود دراسات عن المرأة الريفية تعنيهن في أداء هذه المهمة.

ه- القيم الصحفية السائدة في الصحافة المصرية.

و- الأمية عند المرأة الريفية مما يجعلها غير قارئة للصحف.

ز- الأمية عند المرأة الريفية مما يجعلها غير قارئة للصحف.

ح- قلة المساحات المتاحة للمرأة عامة.

١١- تكشف الدراسة المقارنة بين نتائج تحليل المادة الصحفية الخاصة بالمرأة في الصحف اليومية المصرية ونتائج دراسة القائمات بالاتصال في هذا المجال عن تناقض واضح يتمثل في إدراك القائمات بالاتصال لما يجب أن تقوم به صحافة المرأة لدفع المرأة الريفية للمشاركة في التنمية، في الوقت الذي لا ينعكس ذلك فيما تقدمه الأجزاء بالمرأة في الصحف اليومية والتي يقمن بتحريرها.

فقد ذكرت القائمات بالاتصال اللائي شملتهن العينة أن صحافة المرأة يجب أن تركز على الموضوعات التالية (مرتبة تنازليا):

١- الدعوة إلى تعليم المرأة الريفية ومحو أميتها.

٢- تنظيم الأسرة.

٣- التوسع في مشروعات تشغيل المرأة الريفية.

٤- التربية السليمة للأبناء.

٥- التوعية الصحية.

٦- تدريب القيادات النسائية.

٧- التوعية السياسية.

٨- الدعوة لعمل المرأة الريفية.

٩- ترشيد الاستهلاك.

في الوقت نفسه الذي ندر فيه اهتمام الأجزاء الخاصة بالمرأة في الصحف اليومية بموضوع محو الأمية، وتعليم المرأة (لم تزد تكرارات تناول هذا الموضوع عن ثلاث تكرارات فقط ناقشت هذا الموضوع بشكل عام، ولم تركز على المرأة الريفية على وجه الخصوص).

ولم تتناول هذه الصحف موضوع تنظيم الأسرة إلا بتكرارين فقط، والشيء نفسه بالنسبة لمشروعات تشغيل المرأة الريفية وتدريب القيادات النسائية وترشيد الاستهلاك بل لم تتناول هذه الصحف موضوع التوعية السياسية للمرأة إطلاقًا.

وإن كان من الإنصاف أن نذكر لهذه الصحف اهتمامها بموضوع تربية الأبناء ورعايتها؛ إذ يبلغ حجم اهتمام الصحف اليومية بهذه القضية ٣٧,٢% من حجم اهتمامها بقضايا المرأة المصرية والأسرة. وكذلك الاهتمام بصحة الأسرة والتوعية الصحية؛ إذ بلغ حجم معالجتها ٢٤% من إجمالي تناولها لقضايا المرأة المصرية.

١٢- تكشف كل من الدراسة التحليلية ودراسة القائمين بالاتصال أن أغلب القائمين بالاتصال في مجـال تحرير المواد الصحفية الخاصة بالمرأة في الصحف اليومية هن من المحررات، وربما يرجع ذلـك إلى أن النساء أكثر ميلاً للعمل في هذا المجال من الرجال لاتصاله باهتماماتهن الخاصة، وقد يعود أيضا إلى اعتقاد القيادات الصحفية والقائمين على إدارة هذه الصحف بأن المرأة أقدر علـى هـذه المهام الصحفية من المحررين الرجال.

وقد أظهرت الدراسة الخاصة بالقائمات بالاتصال أن معظمهن من مواليد القاهرة وأن الغالبية منهن لـيس لهن جذور وأصول ريفية، وقد يفسر هذا إلى حد ما ضعف اتجاههن للاقتراب من قضايا الريـف ووعـيهن بأهمية معالجة قضاياه.

كما أكدت هذه الدراسة أن المحررات مؤهلات بشكل جيد فثلثهن حاصلات علـى مؤهـل جـامعي فـي الصحافة والإعلام، وكلهن حاصلات على مؤهل جامعي سواء في الصحافة أو غيرها (الحقـوق، التجـارة، العلوم..) غير أن أغلبهن لم تتح له فرصة للتدريب في مجال عمله رغم إيمـانهن بأهميـة ذلـك وإن أتـيح لمعظمهن (٩٥%) المشاركة في مؤتمرات تتناول قضايا المرأة ومشكلاتها.

وكشفت الدراسة عن نتيجة على درجة من الأهمية، وهي اعتراف غالبيتهن (٧٢ من إجمالي العينة) أنهن التحقن للعمل في صحفهن عن طريق العلاقات الشخصية، أما التي تقدمن للعمل دون (واسـطة) فلـم تـزد نسبتهن عن ٢٨% معظمهن من خريجات قسم الصحافة وكلية الإعلام، وخطورة ذلك أن هـذه الفئـة مـن المؤمنات بالعمل في هذه الأقسام والمتحمسات لهذا العمل، وهذه مسألة مهمة في مستوى أدائهن لهذه المهمـة الصحفية ذات الرسالة الاجتماعية.

ويظهر من البحث أيضا ندرة تخصيص مراسلين داخليين (في المحافظات والقرى أو خـارجين (خـارج مصر) لتغطية أخبار المرأة خارج القاهرة ومعالجة قضاياها.

وتجدر الإشارة إلى أن هذه ظاهرة عامة في الصحافة المصرية إذ يمكن القول بشكل عام أن عدد مراسلي الصحف خارج القاهرة خاصة في الأقاليم والقرى المصرية محدود للغاية، وهذا يؤثر بالتأكيد على التغطيـة الصحفية لما يحدث في هذه المحافظات والقرى كما ونوعا.

١٣- من النتائج الإيجابية التي كشفت عنها الدراسة التحليلية للأجزاء الخاصة بـالمرأة فـي الصـحف المصرية اليومية الاعتماد بنسبة كبيرة على المتخصصات والمتخصصين كمصادر للمادة الصحفية الخاصة بالمرأة، وإن كان من المآخذ التي ينبغي علاجها ضعف نسبة الاعتمـاد علـى القارئـات والقراء كمصادر لهذه المادة الصحفية، وإن كانت جريدة "الأخبار" تمثل استثناء في هذا المجال فقد ظهر من التحليل أن نصف المصادر التي اعتمدت عليها هذه الجريدة في معالجـة الموضـوعات الخاصة بالمرأة والتنمية كان من القارئات، وهذا اتجاه طيب منها.

١٤- كشف التحليل أيضا أن الصحف اليومية تميل إلى الاكتفاء بمعالجة الموضوعات الخاصة بالمرأة معالجة تقريرية وتسجيلية والاكتفاء بسرد المعلومات، أي التوقف عند مستوى المعالجة المجردة (وهي معالجة قاصرة) من خلال استخدامها أشكال المواد الإخبارية بنسبة كبيرة، وظهر هذا في معالجتها لقضايا المرأة والأسرة، أما بالنسبة للموضوعات الخاصة بالاهتمامات التقليدية للمرأة المصرية فقد كانت أشكال مواد الخدمات هي الغالب استخدامها خاصة بالموضوع الصحفي الخدمي. وتلا ذلك الاتجاه نحو المعالجة التفسيرية خاصة من خلال استخدام الحديث الصحفي.

وبلغت نسبة هذا النوع من المعالجة (أي سرد الخلفيات لحدث أو موضوع ما) في الصحف اليومية ككل ١٩%، وارتفعت هذه النسبة في "الوفد" وحدها لتصل إلى ٦٢,٩% من إجمالي ما نشرته، في حين بلغت هذه النسبة أدناها في كل من "الأخبار" و "الأهرام " لتصل إلى ٥,٤%، ٥,٦% من إجمالي معالجتهم على الترتيب.

ويلاحظ انخفاض نسبة استخدام مواد الرأي (الأعمدة الصحفية، المقالات الموقعة..) فضلاً عن محدودية الاستعانة برسائل القراء، واقتصر هذا على صحيفة "الجمهورية" وحدها.

ويتضح من هذا عدم حرص هذه الصحف نسبيا على طرح الرأي ووجهات النظر حول قضايا المرأة، وعدم إفساد الفرص الكافية أمام القارئات للتعبير عن آرائهن وطرح مشاكلهم وقضاياهن.

١٥- ظهر من التحليل الكيفي لمعالجة الصحف اليومية للموضوعات الخاصة بالمرأة أن هذه الصحف تميل إلى المعالجة المحايدة لهذه الموضوعات (أي عدم التدخل برأي واضح أو معلن) وبلغت نسبة هذا الاتجاه ٥٣,٨%، وهذا الاتجاه يعكس سلبية هذه الصحف وعجزها عن تبني موقف معين، أو الدفاع عن اتجاه معين، أو التصدي بشجاعة كافية للمشاكل التي تواجه المرأة.

كما ظهر اتجاه واضح نحو المعالجة المتحيزة لبعض القضايا (أي التدخل برأي واضح وعرض وجهة نظر واحدة غالبا ما يحبذها القائم بالاتصال) إذ بلغت نسبة هذا الاتجاه ٢٣,٣% ككل، وهو اتجاه سلبي أيضا يحاول فرض وجهة نظر معينة على القراء دون طرح وجهات النظر الأخرى حتى يتسنى للقراء التقديم والحكم وتحبيذ وجهة معينة.

أما المعالجات المتوازنة (أي التي تعرض كل وجهات النظر - وقد يكون من بينها وجهة نظر المحرر (أو القائم بالاتصال) - فقد بلغت ٢٢,٩% من إجمالي الصحف اليومية.

وظهر من التحليل أيضا أن نسبة كبيرة من الموضوعات الصحفية التي نشرت بالصحف اليومية لتعالج أو تناقش قضية أو مشكلة ما، تكتفي بعرض مظاهر هذه المشكلة (٣٥,٣% من الإجمالي). واتجهت بعض المعالجات لطرح بعض الحلول بهذه المشاكل أو القضايا بنسبة ٢٤,٤%، واكتفت بعضها بعرض أسباب المشكلة بنسبة ٨% من إجمالي ما نشر.

أما الاتجاه نحو التركيز على أكثر من زاوية ما سبق. وهو أفضل أساليب المعالجة فقد بلغت نسبة ظهوره ٣٢,٣% من إجمالي ما قدم خاصة في جريدة "الجمهورية"؛ إذ بلغت نسبة ذلك ٧٧,٣% من إجمالي ما قدمته.

ومن الملاحظات الجديرة بالإشارة في هذا المجال أن نسبة ما قدمته الصحف اليومية غلب عليه طابع المجاملة كأخبار التهاني والأخبار الشخصية لبعض السيدات العائدات من السفر أو رائدات الجمعيات النسائية أو الخيرية، دون مناقشة مشاكل بينها.

كما أن بعض الأعمدة الصحفية التي تقدم في صفحات المرأة وخاصة تلك التي تتناول قضايا عاطفية غالبا لم تتطرق لمشكلة بذاتها بقدر اهتمام كتابها بالبلاغة الأدبية.

وبالنسبة لمواد الرأي (كالمقالات والأحاديث والتحقيقات والتقارير) فقد اتجهت للبرهنة والإقناع بوسائل مختلفة، وكانت أبرز هذه البراهين من حيث حجم الاستخدام برهان المنفعة الذاتية (أي للتركيز على الفوائد والمصالح التي تتحقق للجمهور القارئ في حالة تبينه وجهة نظر المحرر أو القائم بالاتصال.

أما البرهان العقلي (الذي يستند على الحقائق والأرقام والإحصائيات والبيانات والوثائق) فجاء في الترتيب الثاني، وإن لوحظ ارتفاع نسبة استخدامه في جريدة "الجمهورية" ليصل إلى ما يقرب من ٦٠% من إجمالي البراهين التي استندت إليها.

واستخدمت أنواع البراهين الأخرى (العرف الاجتماعي، البرهان الديني والتاريخي) بنسبة قليلة.

١٦- تكشف كل الدراسة التحليلية للأجزاء الخاصة بالمرأة في الصحف اليومية شكلاً ومضمونًا، ودراسة القائمات بالاتصال أن الموضوعات التي تتعلق بالمرأة لا تحظى بالاهتمام الكافي من جانب القيادات الصحفية، وقد أتضح هذا من المساحة المحدودة وغير المستقرة التي تخصص للأجزاء الخاصة بالمرأة في هذه الصحف. وهي مشكلة طرحتها القائمات بالاتصال على رأس قائمة المشكلات التي تواجههن.

ومن مظاهر ذلك أيضا ندرة ما نشر متعلقًا بالمرأة في الصفحتين الأولى والأخيرة من هذه الصحف، مع ما هو معروف من أهمية لهاتين الصفحتين والتي تخصص عادة للمواجهة الصحفية الأكثر أهمية من وجهة النظر الصحفية.

وكان الاستثناء الوحيد في جريدة "الأهرام" إذ نشرت بعض هذه المواد في هاتين الصفحتين، ولكنها كانت جميعا عبارة عن إعلانات مدفوعة الثمن عن أزياء وأدوات للتجميل.

١٧- بالنسبة لسمات الجمهور المستهدف بالمضمون الخاص بالمرأة فقد ظهر أن نسبة كبيرة من هذا المضمون استهدف المرأة بصفة عامة دون تحديد قطاع أو فئة معينة من النساء.

كما أن المرأة الحضرية استحوذت على نسبة كبيرة أيضا من هذا المضمون خاصة تلك التي تنتمي إلى الشرائح المتوسطة والعليا في المناطق الحضرية، أما المرأة الريفية فكان نصيبها محدودا للغاية فمعظم أخبار المرأة في هذه الصحف هي أخبار نجوم المجتمع وسيدات نوادي الليونز والروتاري ونسبة كبيرة من اهتمام المرأة كما تعكسها هذه الصحف هي متابعة أحداث الموضات وآخر صيحات الأزياء، وما الذي يناسب الصباح منها، وماذا تلبس في فترة الظهيرة أو في السهرة من فساتين وإكسسوارات، كذلك الاهتمام بقوام المرأة وجمالها وجراحات التجميل والريجيم.

ولا تهتم هذه الصحف بالقدر الكافي باحتياجات المرأة العاملة واهتماماتها وكذلك المرأة الريفية.

كما تركز هذه الصحف على مخاطبة المرأة في فئة عمرية معينة هي سن للنضوج والشباب، وأغلب هذه الصحف لا تهتم بالفتاة في سن المراهقة وإن كانت جريدة "الجمهورية "وحدها هي التي اهتمت بمعالجة بعض ما يهم هذه المرحلة العمرية.

ومن الأمور البديهية أن أيا من هذه الصحف لم تهتم إطلاقًا بالمرأة كبيرة السن أي التي تجاوزت مرحلة النضوج رغم وجود اهتمامات خاصة بهذه المرحلة العمرية.

١٨- يلاحظ أن الاتجاه المسيطر على معالجات الصحف للمرأة يميل إلى النظر إليها كأنثى وليس كإنسان يرتبط بمشكلات مجتمعية ويسهم في تنميته، وأنها تظهر المرأة على أنها سطحية تهتم بالمظاهر والشكليات، وتنعكس هذه النظرة في نوعية الموضوعات التي يتم معالجتها والتي تركز على الحديث عن الموضة والتقليعات وشكل المرأة وزينتها وأناقتها، وتدعيم قيمة الجمال.

وإن ظهرت في بعض المضامين قيمة التنمية، وكان ذلك بشكل أكبر في جريدة "الجمهورية".

وتبدو هذه النظرة أيضا في تصور القائمات بالاتصال عن المرأة إذ أن صورة المرأة عند نسبة لا بأس بها منهن (٣٠%) أنها كائن سلبي وغير قادر على اتخاذ القرارات، وأنها سطحية مسرفة بنسبة ٦% وتشكل عائقًا أمام التنمية بنسبة ٤% وأنها عاطفية بنسبة ٢١% ونكدية بنسبة ٤%.

ولم تزد نسبة من طرحن صورة إيجابية للمرأة عن ٢٣% منهن؛ إذ رأى هؤلاء أن المرأة نشطة تقوم بأعمال مفيدة لمجتمعها.

وتبدو الصورة أبشع بالنسبة للمرأة الريفية، فمحررة باب المرأة في جريدة "الوفد" تراها جاهلة متخلفة عبدة للرجل، والمحررات في صحيفة "الأهرام" يطرحن بعض الملامح التي يرونها تمثلها فهي مغلوبة على أمرها مطحونة ليس لها حقوق، رغم أنها في رأي بعضهن منتجة ومشاركة في التنمية ولكنها كائن سلبي.

وترى المحررات في جريدة "الأخبار" أنها تعمل في صمت.

وتلك الصور تبدو صورا متناقضة عنها بين المحررات في جريدة "الجمهورية" إذ يراها بعضهن مغلوبة على أمرها تتحكم فيها عادات موروثة وتعاني من الأمية والمرض، صبورة وقليلة الحيلة، تتعلم من أجل العمل والمال فقط، وتراها بعض المحررات الأخريات أحد أعمدة الأسرة وإن كان ينقصها التوعية وهي نشيطة عن المرأة الحضرية؛ تدير دفة التنمية إلى جانب الرجل.

ورغم هذا التناقض الواضح إلا أن صورة المرأة الريفية لدى القائمات بالاتصال يغلب عليها سمات العنف والسلبية والجهل، وأن المرأة الريفية مغلوبة على أمرها تعاني من تسلط الرجل.

١٩- لما كان البحث يسعى لتحديد مدى اهتمامات المضمون المقدم بقضايا المرأة غير المصرية أيضا في مختلف دول العالم، فقد كشف التحليل أن المرأة في الدول المتقدمة كانت أكثر قطاعات المرأة في العالم من حيث تناول الصحف اليومية لقضاياها والموضوعات المتعلقة بنسبة ٤٣,٤% من إجمالي تناولها لقضايا المرأة في العالم.

ويلاحظ أن ما نشر في هذا المجال لم يتناول قضايا جادة إلا فيما ندر بل ركز على بعـض المعلومـات المثيرة أو المتصلة بمشاهير النساء مثل سارة زوجة أندرو أو الأميرة ديانا والمشاكل بينها وبين تشـارلز أو أتينا أوناسيس أغنى طفلة في العالم أو قصة أغرب توءمين عاشا في جسد واحد لمدة ٤٠ سنة.

وتلي ذلك الموضوعات الخاصة بالمرأة في الدول النامية بنسبة ١٩,٢% من إجمالي ما قدم حول المـرأة في العالم، ومن ذلك بعض النماذج النسائية الناجحة في بعض الـدول الناميـة كـالمرأة الهنديـة والمـرأة الموزامبيقية. وبلغ ما نشر عن المرأة في الدول الإسلامية ١١,٥% من ذلك ما نشر حول دور المـرأة فـي البوسنة والهرسك، والمؤتمر الدولي عن صحة الأم في ٢٥ دولة إسلامية.

أما المرأة العربية فلم تنل سوى اهتمام محدود لم يتجاوز ٧,٧% من إجمالي الاهتمام بقضايا المـرأة فـي العالم.

ويلاحظ أن هذا الترتيب لاهتمامات الصحف اليومية بقطاعات المرأة في العالم لا يعكس الترتيب الواقـع لدوائر انتماءات المرأة المصرية كامرأة عربية مسلمة تنتمي لدول العالم الثالث.

٢٠- تناولت الأجزاء الخاصة بالمرأة في الصحف اليومية أيضا بعض الموضوعات العامة التي لا تتعلق بالمرأة فقط، وكانت أكثر هذه الموضوعات تتعلق بالعلوم والبحث العلمي واكتشافاته وابتكاراته في كافة المجالات بنسبة ٢٦,٨% من إجمالي ما تناولته من موضوعات عامة، وتلي ذلك الموضوعات الخاصة بالخدمات مثل السكان، والمواصلات، المياه، الصرف الصحي، التعليم، الصـحة والـدواء بنسبة ١٩,٦% من إجمالي ما تناولته من موضوعات عامة، ثم الموضوعات الخاصـة بالاقتصـاد بنسبة ١٧,٢%، ثم الموضوعات الخاصة بالسياسة الداخلية بنسبة ١٢,٢%، ثم الاهتمامات الإنسانية بنسبة ٤,٨% من إجمالي ما تناولته من موضوعات عامة.

وورد موضوع واحد في كل من السياسة الخارجية، البيئة، الفن، الرياضة.

ثانيا: الجرائد المصرية الأسبوعية وقضايا المرأة والتنمية في الريف المصري:

اتضح من البحث ما يلي:

١- إن الاهتمامات التقليدية للمرأة المصرية كانت أكثر القضايا التي عالجتها الجريـدتان الأسـبوعيتان (أخبار اليوم، التعاون) بنسبة ٣٠,٨% من إجمالي اهتمامها بكل قضايا المرأة المصرية، وإن ظهـر أن ارتفاع نسبة ذلك يرجع إلى الاهتمام الكبير من صحيفة "أخبار اليوم" بهذه القضـايا التـي زادت على ثلث اهتمامها بكل قضايا المرأة المصرية (٣٣,٨%) في حين بلغت نسبة ذلـك ٢٦,٥% فـي جريدة "التعاون" من إجمالي ما تناولته كل منهما.

٢- جاءت قضايا المرأة المصرية والتنمية في الترتيب الثاني من حيث حجم اهتمام الصحف الأسبوعية عامة (٢٤,٢% من إجمالي اهتمامها) وإن شكلت جريدة "التعاون" ٣٨,٨% من إجمـالي اهتمامهـا بكل قضايا المرأة واهتماماتها ولم تتجاوز في جريدة "أخبار اليوم" ١٤,١%.

٣- بلغ حجم الاهتمام بقضايا المرأة المصرية والأسرة ١٥%، ويلاحظ ارتفاع نسبة الاهتمام بهذه القضايا نسبيا في جريدة "التعاون" عنها في جريدة "أخبار اليوم" (١٨,٤% مقابل ١٢,٧% على الترتيب).

٤- ظهر من التحليل محدودية الاهتمام بقضايا المرأة المصرية الريفية؛ إذ بلغ حجم الاهتمام بقضاياها في الجرائد الأسبوعية ككل ٩,٥% من إجمالي الاهتمام بكل قضايا المرأة المصرية لكافة قطاعاتها، وعلى الرغم من أن جمهور "التعاون" في الأساس هم القرويون في ريف مصر، إلا أن نسبة اهتمامها بقضايا المرأة المصرية الريفية لم تزد على ١٢,٢% فقط من إجمالي اهتمامها بكل قضايا المرأة المصرية بكافة قطاعاتها، ولم تتجاوز نسبة ذلك في جريدة "أخبار اليوم" ٧% فقط.

وكان حجم الاهتمام بقضايا المرأة المصرية الحضرية ٣٨,١% من إجمالي اهتمام الجريدتين، وإن كان من الملاحظ أن حجم اهتمام جريدة "التعاون" بالمرأة المصرية الحضرية كان محدودا للغاية فلم يزد على ٢,٤%، فقد وجهت الجريدة معظم اهتمامها إلى قضايا المرأة المصرية بصفة عامة دون تحديد قطاع معين وذلك بنسبة ٧٨,٧% من إجمالي اهتمامها بكل قطاعات المرأة المصرية، في حين بلغت نسبة ذلك في جريدة "أخبار اليوم" ٢٠,٩% من إجمالي اهتمامها بكل قطاعات المرأة المصرية.

ولم تنل المرأة البدوية أي اهتمام من الصحيفتين خلال فترة التحليل.

٥- بلغ حجم الاهتمام بقضايا المرأة الريفية والتنمية ٢٤,١% من إجمالي الاهتمام بقضايا المرأة الريفية والتنمية عامة، ولم تتجاوز نسبة الاهتمام بقضايا المرأة الريفية والأسرة ٥,٦% من إجمالي الاهتمام بقضايا المرأة المصرية والأسرة ككل، وفيما يتصل بالاهتمامات التقليدية للمرأة المصرية فقد تركز أغلبها على ما يهم المرأة الحضرية.

٦- كان موضوع "تنظيم الأسرة" وما يتصل به من تنظيم حجم الأسرة والمباعدة بين مرات الحمل ودور المرأة في ذلك هو أكثر الموضوعات التي اهتمت بها الجرائد الأسبوعية في إطار اهتمامها بقضايا المرأة المصرية والتنمية بنسبة ٣١%، وإن تركز ذلك في جريدة "التعاون"؛ إذ شكل الحديث عن تنظيم الأسرة في هذه الجريدة ٨٨,٩% من إجمالي الحديث عن هذا الموضوع في الجريدتين معا.

وتلا ذلك بفارق كبير موضوعان هما "محو الأمية وتعليم المرأة" و "عمل المرأة" وجاءت بعد ذلك عدة موضوعات بنسبة ٧% لكل منها وهي:

دور المرأة في الإنتاج (تناولته صحيفة التعاون وحدها)، ترشيد أنماط الاستهلاك العائلي (تناولته أخبار اليوم وحدها)، مقاومة بعض العادات الاجتماعية المعوقة للتنمية وتناولته جريدة "التعاون" وحدها.

وهناك عدة موضوعات وردت بتكرار واحد لكل منها وهي: تشجيع المرأة على الإبداع، إكساب المـرأة بعض المهارات، ثقافة المرأة، أما الموضوعات التي لم يتم تناولها إطلاقًا عند تناول قضايا المرأة المصرية والتنمية فهي:

- نشر الوعي السياسي لدى المرأة.
- تشجيع المرأة على ممارسة حقوقها السياسية.
- تشجيع المرأة على المشاركة في العمل النقابي.
- الجمعيات والتنظيمات النسائية.
- عمالة الأطفال.

وكانت أكثر الموضوعات الخاصة بالمرأة المصرية والأسرة تناولاً في الجرائد الأسبوعية هو موضـوع "صحة الأسرة ونظام الغذاء كما وكيفًا "بنسبة ٧٢,٢% من إجمالي ما تناولته الصحف الأسبوعية فيما يتعلـق بالمرأة والأسرة، وجاء بعد ذلك موضوع "تربية الأبناء "بنسبة ٢٢,٢% من إجمالي اهتمامها بقضايا المـرأة المصرية والأسرة، وورد موضوع "العلاقات الزوجية" مرة واحدة فقط في جريدة "التعاون".

ولم تتناول الصحف الأسبوعية الكثير من الموضوعات الخاصة بقضايا المرأة المصرية والأسـرة رغـم أهميتها وهي: المساواة بين الجنسين وتغيير النظرة للبنت على أنها أقل من الولد، الزواج المبكر، رعاية أبناء المرأة العاملة ومشكلة دور الحضانة، التشريعات الخاصة بالأحوال الشخصية، الآثار المترتبـة علـى تعـدد الزوجات، الآثار المترتبة على مشكلة الطلاق، الحفاظ على البيئة، هجرة الأب للعمـل بالخـارج، مشـاكل الأسرة المصرية المغتربة، المسنات وأوضاعهن ومدى الحماية المتوفرة لهن، الميـراث، تـزويج الفتيـات الصغيرات لكبار السن خاصة من مواطني بلاد النفط.

وفيما يتعلق بالموضوعات الخاصة بالاهتمامات التقليدية للمرأة المصرية، فقد شكلت الموضوعات الخاصة بالتجميل وتصفيف الشعر والمكياج ٣٥,٢% من إجمالي هذه المواد أغلبها نشر في جريدة "أخبار اليوم" بنسبة ٨٤,٦% من إجمالي ما نشر حول هذا الموضوع في الجرائد الأسبوعية.

وجاءت بعد ذلك الموضوعات الخاصة بالأزياء والموضة والأناقة بنسبة ٢٧% كلها نشرت فـي جريـدة "أخبار اليوم" أيضا، وتلا ذلك بنسبة متقاربة كل من موضوع (شئون المنزل)، (شئون المطبخ والطهي) بنسب ١٦,٢%، ١٣,٥% على الترتيب من إجمالي ما نشر خاص بالاهتمامات التقليدية للمرأة المصرية.

وتناولت الصحف الأسبوعية موضوع (الديكور والأثاث) بنسبة ٥,٤% وموضوع (الريجيم والتخسـيس) بنسبة ٢,٧% ونشر هذين الموضوعين في جريدة "أخبار اليوم" وحدها.

ولم تتناول الصحف الأسبوعية موضوع (العلاقات العاطفية بين الرجل والمرأة) إطلاقًا.

٧- ظهر من التحليل أن أغلب القائمين بالاتصال في مجال تحرير المواد الصحفية الخاصة بالمرأة فـي الجرائد الأسبوعية هن من المحررات.

وظهر المراسلون الداخليون (في المحافظات داخل مصر) بنسبة محدودة (تكرار واحد فقط فـي جريـدة "على الرغم من أن هذه الجريدة - كما سبق الإشارة - هي جريدة متخصصة في شئون الفلاحـين، وكـان ينبغي أن يكون لها مكاتب ومحررون في كل محافظات مصر وقراها). ومن النتائج السلبية أيضا التي كشفت عنه الدراسة التحليلية أن الأجزاء الخاصة بالمرأة في الجرائد الأسبوعية لا تهتم بالاسـتعانة بالمتخصصـات كمصادر لمادتها الصحفية الخاصة بالمرأة إلا فيما يتعلق ببعض الاهتمامات التقليدية الخاصة بـالمرأة، فـي حين اعتمدت إلى حد ما على بعض المتخصصين كمصادر لمادتها الصحفية.

كما أن من المآخذ التي ينبغي علاجها أيضا أن الصحيفتين لا تهتم إطلاقًا بالاستعانة بالقارئات أو القـراء كمصادر لمادتها الصحفية.

٨- كشف التحليل أيضا أن الصحف الأسبوعية تميل إلى الاكتفاء بمعالجة الموضوعات الخاصة بالمرأة معالجة تقريرية وتسجيلية والاكتفاء بسرد المعلومات أي التوقف عند مستوى المعالجـة المجـردة بنسبة ٥١,٥% من المواد الصحفية ككل من خلال استخدامها أشكال المواد الإخبارية بنسبة كبيرة.

ويرتفع هذا في جريدة "التعاون" ليصل إلى ٥٩,٥% من إجمالي ما قدمته في حين يبلغ في "أخبار اليـوم " ٤٥,٦% مما قدمته.

وجاءت بعد ذلك المعالجة التفسيرية إذ بلغت نسبتها في الجرائد الأسبوعية ككـل ٣١,٣% وترتفـع فـي "أخبار اليوم" لتصل على ٤١,١% في حين تبلغ ١٦,٧% في جريدة التعاون "بالقياس الإجمالي معالجتها، أما المعالجة التي تتجه إلى التحليل فبلغت نسبتها ١٧,٢% من إجمالي المواد الصحفية التـي قـدمتها الجرائـد الأسبوعية.

٩- تميزت معالجة الجرائد الأسبوعية للقضايا والموضوعات الخاصة بالمرأة بغلبـة الاتجـاه المحايـد عليها، إذ بلغت نسبته ٦٨,٣% وبلغت نسبة الاتجاه المتوازن في معالجـة ١٦,٨% مـن إجمـالي معالجات الجرائد الأسبوعية، وإن ظهر أن نسبة هذا الاتجاه كانت أعلى في "أخبار اليوم" عنها فـي "التعاون" (١٩,٣% مقابل ١٣,٦% على الترتيب).

أما الاتجاه المتحيز فقد بلغت نسبته في الجرائد الأسبوعية ككل ١٤,٩% وارتفع في أخبـار اليـوم" إلـى ١٧,٥% مقابل ١١,٤% في جريدة "التعاون".

وظهر من التحليل أن نسبة كبيرة من الموضوعات الصحفية التي نشرت بالجرائد الأسـبوعية لتعـالج أو تناقش قضية أو مشكلة ما ركزت على تناول أ كثر من زاوية بنسبة ٣٩,١% من إجمالي معالجات الصـحف الأسبوعية، وهذا اتجاه طيب، وتلا ذلك المعالجات التي تكتفي بعرض مظاهر مـا؛ إذ بلغـت ٣٣,٧% مـن إجمالي هذه المعالجات، وتلتها المعالجات التي اهتمت بعرض الحلول المطروحة لمشكلة مـا ٢٠,٧% مـن إجمالي هذه المعالجات.

وبالنسبة لمواد الرأي فقد اتجهت الجرائد الأسبوعية للبرهنة والتدليل على وجهات النظر التي تطرحها إلى برهان المنفعة الذاتية بشكل أساسي؛ إذ بلغت نسبة الاستناد إلى هذا البرهان ٦٨,٨% من إجمالي البراهين المستخدمة.

وجاء بعد ذلك البرهان العقلي بنسبة ٢١,٣% أما البراهين الأخرى فقد استخدمت بنسب قليلة إلى حد ما، وهي برهان العرف الاجتماعي، البرهان التاريخي، البرهان الديني.

١٠- إن الموضوعات التي تتعلق بالمرأة لا تحظى بالاهتمام الكافي من جانب القيادات الصحفية، ومن مظاهر ذلك ندرة ما نشر يتعلق بالمرأة في الصفحتين الأولى والأخيرة من هذه الصحف.

فلم تنشر أية مواد خاصة بالمرأة في هاتين الصفحتين إلا مادة واحدة نشرت في الصفحة الأولى من "أخبار اليوم" وكانت خبرا حول عقد السيدة سوزان مبارك اجتماعا للجنة العليا لمهرجان القراءة للجميع الذي يخصص هذا العام لطفل القرية.

١١- بالنسبة لسمات الجمهور المستهدف بالمضمون الخاص بالمرأة فقد ظهر أن نسبة كبيرة من هذا المضمون استهدف المرأة بصفة عامة دون تحديد قطاع أو فئة معينة من النساء.

واستحوذت المرأة الحضرية على غالبية اهتمام المضمون، وكاد الاهتمام بالمرأة الريفية أن يكون معدوما.

كما تركز اهتمام هذه الصحف على مخاطبة المرأة الشابة الناضجة وإن نشرت "أخبار اليوم" بعض الموضوعات الخاصة بالفتاة في سن المراهقة غير أن الصحيفتين لم تهتما إطلاقًا بأية موضوعات خاصة بالمرأة كبيرة السن التي تجاوزت مرحلة النضوج.

١٢- يلاحظ أن صحيفة "أخبار اليوم" تركز أساسا على مخاطبة المرأة كأنثى، ويظهر هذا من مضمونها الذي يغلب عليه تناول ما يتعلق بتجميل المرأة والموضة والماكياج وأحدث تسريحات الشعر، وكيفية معالجة التجاعيد، وكيف تحافظ المرأة على رشاقة يديها، والبنطلون الإستريتش.. وغير ذلك. ويركز هذا المضمون على ما يهم نساء المدن من الطبقات الاجتماعية العليا.

وتختلف الصورة إلى حد ما بالنسبة لصحيفة "التعاون" الموجهة أساسا للريفيين، وإن كان اهتمامها بالمرأة والطفل في الريف لا يتسم بالاستمرارية بل يظهر في بعض الأعداد دون أعداد أخرى.

١٣- تناولت جريدة "أخبار اليوم" وحدها في بعض موادها بعض قضايا المرأة في العالم، وإستأثرت المرأة في الدول المتقدمة بغالبية اهتمام الجريدة بنسبة ٨٥,٧% من إجمالي اهتمامها بقضايا المرأة في العام، وغلب على هذه المواد طابع الإثارة والاهتمام بمتابعة أخبار النساء الشهيرات، ومن ذلك الأميرة ديانا وخلافاتها مع زوجها الأمير تشارلز وابنة الرئيس الأمريكي السابق بوش وزوجته بربارا، وغير ذلك.. ونشرت الصحيفة موضوعين فقط يتعلقان بالمرأة العربية، الأول عن سها عرفات زوجة الرئيس الفلسطيني ياسر عرفات، والثاني حول الشيخة فاطمة حرم الشيخ زايد آل نهيان رئيس دولة الإمارات العربية المتحدة.

ولم تنشر أية مادة صحفية تتعلق بالمرأة في الدول النامية أو في الدول الإسلامية.

١٤- أما الموضوعات العامة التي عالجتها الجرائد الأسبوعية غير ما يتصل مباشرة بقضايا المرأة المصرية أو المرأة في العالم فتركزت على الحوادث والجرائم التي ترتكبها النساء، وبلغت نسبة هذه الموضوعات ٤٠,٩% من إجمالي الموضوعات العامة، وتركزت المواد الصحفية الخاصة بجرائم المرأة في جريدة "أخبار اليوم"، وتلا ذلك الموضوعات الخاصة بالخدمات العامة أو الجماعية (تخص جماعة أو منطقة أو حي بعينه) أو الشخصية (تخص فرد أو شخص بالذات أو أسرته) بنسبة ٣٦,٤% وتركزت كلها في صحيفة "التعاون".

ثم الموضوعات الخاصة بالفن بنسبة ٢٢,٧% من إجمالي الموضوعات العامة وتركزت في صحيفة "أخبار اليوم".

ثالثًا: المجلات المصرية الأسبوعية العامة:

وقضايا المرأة والتنمية في الريف المصري:

اتضح من البحث ما يلي:

١- أن الاهتمامات التقليدية للمرأة المصرية كانت أكثر الموضوعات التي اهتمت بها المجلات الأسبوعية العامة في إطار اهتمامها بالمرأة المصرية (٦٨,٨% من إجمالي اهتمامها بقضايا المرأة المصرية) وإن شكلت هذه الاهتمامات الترتيب الثاني في اهتمام هذه المجلات بقضايا المرأة عامة إذ بلغ حجم الاهتمام بها ٢١,٥% من إجمالي اهتمام هذه المحلات بقضايا المرأة عامة.

وجاء الترتيب الأول لاهتمام الأجزاء الخاصة بالمرأة في هذه المجلات بعض القضايا العامة التي تهم المرأة والرجل معا.

وكانت نسبة تناول الموضوعات الخاصة بالاهتمامات التقليدية للمرأة أعلى في مجلة" أكتوبر" عنها في مجلة "صباح الخير" (٢٧,٢% مقابل ١٨,٤% من إجمالي اهتمامات كل منهما).

وجاءت قضايا المرأة المصرية والأسرة في الترتيب الثاني من حجم اهتمام المجلات الأسبوعية العامة بقضايا المرأة المصرية بنسبة ٢٢,٥%.

وإن جاءت في الترتيب الرابع من إجمالي اهتمامها بكل قضايا المرأة بنسبة ٧,١% ويلاحظ ارتفاع نسبة اهتمام مجلة "صباح الخير" بهذه الموضوعات بالقياس لإجمالي اهتمامها بكل الموضوعات ٩,٢% مقابل ٣,٣% فقط في مجلة "أكتوبر".

٢- ظهر من التحليل ضآلة اهتمام المجلات الأسبوعية العامة التي تم تحليلها بقضايا المرأة المصرية والتنمية فلم تزد نسبتها عن ٨,٨% من إجمالي اهتمامها بقضايا المرأة المصرية، وجاءت هذه القضايا في مؤخرة اهتمام هذه المجلات بقضايا المرأة بصفة عامة، ولم تزد نسبتها عن ٢,٨% من إجمالي اهتمامها بقضايا المرأة واهتمت مجلة "صباح الخير" وحدها بتناول هذه الموضوعات، ولم تتناولها مجلة "أكتوبر" إطلاقًا.

٣- ظهر من التحليل عدم الاهتمام بقضايا المرأة المصرية الريفية كلية في المجلات الأسبوعية العامة، في حين وصل حجم الاهتمام بقضايا المرأة الحضرية وحدها ٩٧,٥% من إجمالي الاهتمام بقطاعات المرأة المصرية، وكانت نسبة الاهتمام بقطاعات المرأة المصرية بصفة عامة دون تحديد قطاع بعينه في هذه المجلات ٢,٥% من إجمالي الاهتمام بقطاعات المرأة المصرية كلها، كما كان الاهتمام بالمرأة المصرية البدوية معدوما تماما.

٤- كان موضوع "عمل المرأة خارج المنزل" هو أكثر الموضوعات التي اهتمت بها مجلة "صباح الخير" بنسبة ٥٧,١% من إجمالي اهتمامها بقضايا المرأة المصرية والتنمية.

ونشرت المجلة موضوعا واحدا حول "محو أمية المرأة وتعلمها"، وموضوعا آخر حول "إدارة المنزل وتخطيط ميزانية الأسرة" وموضوعا ثالثًا حول "تشجيع المرأة على الإبداع في كل المجالات".

وفيما عدا الموضوعات السابقة لم تتناول المجلة أية موضوعات أخرى تتصل بالمرأة المصرية والتنمية مثل: دور المرأة في الإنتاج، تنظيم الأسرة، ترشيد أنماط الاستهلاك العائلي، مقاومة بعض العادات الاجتماعية المعوقة للتنمية، نشر الوعي السياسي لدى المرأة وتشجيعها على ممارسة حقوقها السياسية، والمشاركة في العمل النقابي وكذلك ما يتعلق بالتنظيمات النسائية وإكساب المرأة بعض المهارات، ثقافة المرأة، عمالة الأطفال، وكان أكثر الموضوعات الخاصة بالمرأة المصرية والأسرة تناولاً في المجلات الأسبوعية هو موضوع "العلاقات الزوجية" بنسبة ٦٦,٦% من إجمالي الاهتمام بقضايا المرأة المصرية والأسرة.

وجاء بعد ذلك - بفروق نسبية كبيرة - موضوعا "الزواج المبكر" و "التشريعات الخاصة بالأحوال الشخصية" بنسبة ١١,١% لكل منهما من إجمالي الموضوعات التي تتناول المرأة والأسرة، وقد اقتصر تناول هذين الموضوعين على مجلة "صباح الخير" وحدها فلم تتناولهما مجلة "أكتوبر" أطلاقًا.

كما تناولت مجلة "صباح الخير" وحدها أيضا موضعي "العلاقات الأسرية الحفاظ على البيئة" بتكرار واحد لكل منهما.

وفيما عدا الموضوعات السابقة لم تتناول أي من المجلتين القضايا الأخرى الخاصة بالمرأة المصرية والأسرة مثل "المساواة بين الجنسين"، "تربية الأبناء ورعايتهم وخاصة أبناء المرأة العاملة"، الآثار المترتبة على تعدد الزوجات والطلاق، "صحة الأسرة ونظام الغذاء كما وكيفًا"، "هجرة الأب للعمل بالخارج"، "مشاكل الأسرة المغتربة"، "المسنات"، "الميراث"، "تزويج الفتيات الصغيرات لكبار السن خاصة من مواطني بلاد النفط".

وإن كانت مجلة "صباح الخير" قد تناولت موضوعا مهما يتعلق بالمشاكل التي تعاني منها النساء اللائي يصبحن أرامل وهن صغيرات لم يتجاوزن العشرين وموقف المجتمع منهن ونظارته لهن.

وكانت الموضوعات الخاصة بالعلاقات العاطفية أكثر الموضوعات الخاصة بالاهتمامات التقليدية من حيث نسبة تناولها (٥٤,٦%) وكانت هذه الموضوعات هي الوحيدة التي تتناولهـا "صـباح الخيـر" فـي إطـار الاهتمامات التقليدية للمرأة المصرية، وإن لم تتناولها إطلاقًا مجلة "أكتوبر" وتلا ذلـك موضـوع "الأزيـاء والموضة والأناقة" بفارق كبير نسبيا؛ إذ بلغ حجم الاهتمام به ٢٩,١% من إجمـالي تنـاول الموضـوعات الخاصة بالاهتمامات التقليدية للمرأة المصرية وتركز ذلك في مجلة "أكتوبر" وحدها.

وجاءت بعد ذلك الموضوعات الخاصة بالتجميل وتصفيف الشعر والمكياج بنسبة ١٢,٧% وفـي مجلـة "أكتوبر" وحدها أيضا.

ونشرت موضوعا واحدا يتعلق بالديكور والأثاث.

ولم تنشر أي من المجلتين خلال فترة التحليل أية مادة صحفية تتعلق بالموضـوعات الخاصـة بشـئون المطبخ والطهي، وشئون المنزل، والريجيم والتخسيس.

٥- رغم أن نتائج الدراسة التحليلية أوضحت أن مجلة "أكتوبر" لم تنشر أي موضوع خلال فترة التحليل يتعلق بالمرأة والتنمية أو المرأة الريفية، غير أن محررة الجزء الخاص بالمرأة في المجلة أشـارت على أنها تهتم بالمرأة الريفية وأنها سبق وسافرت إلـى الريـف، وعالجـت بنـاء علـى بعـض الموضوعات الخاصة بالمرأة في الريف وهما موضوعا "محور الأمية"، "تنظيم الأسرة"(*).

وذكرت المحررة أنها لا تواجه أية مشاكل في عملها، وأن رئيس التحرير نادرا ما يتدخل فيما تكتبـه أو تختاره أو تنشره من موضوعات، أما الموضوعات التي ذكرت أنها تستبعدها فهي الموضـوعات الحساسـة التي تتعارض مع العادات والتقاليد، مثل العلاقة الزوجية الحميمة ومشاكل المرأة والرجل في هذا المجال.

وهذا الاعتراف بالمسئولية شبه الكاملة عما ينشر من جانب محررة الجزء الخاص بـالمرأة فـي مجلـة "أكتوبر" يجعلنا نتساءل: لماذا إذن - رغم إدراكها لدور المرأة الريفية وأهمية إدماجها في عملية التنمية - لا ينعكس هذه الاهتمام بالشكل المأمول في معالجتها لقضايا المرأة على صفحات مجلتها؟

وتجدر الإشارة هنا إلى أن المحررة نفسها ذكرت أنها ترى ضرورة أن تهتم صـحافة المـرأة بمعالجـة قضيتي "التوسع في مشروعات تشغيل المرأة الريفية" و "تعليم المرأة الريفية ومحو أميتها" في الوقت الذي لم ينشر في الجزء الخاص بالمرأة الذي تقوم بتحريره طيلة فترة العينة (ثلاثة أشهر؛ وهي ليست قصيرة) أيـة مادة خاصة بالمرأة والتنمية أو المرأة في الريف المصري.

(*) لا نستطيع الجزم بصحة ما ذكرته المحررة، وربما يكون هذا قد نشر في أعداد سابقة لم تدخل في إطـار الأعـداد التـي خضعت للتحليل من المجلة، غير أن الشيء المؤكد أنه على مدى ثلاثة أشهر (وهي فترة ليست قصيرة شملها التحليل) لـم تنشر أية مادة تتعلق بذلك.

٦- تكشف كل من الدراسة التحليلية والدراسة المقارنة أن أغلب القائمين بالاتصال في مجـال تحريـر المواد الصحفية الخاصة بالمرأة في المجلات الأسبوعية العامة هي من المحررات، بل إن محـررة واحدة فقط هي التي تقوم بتحرير هذا الجزء في مجلة "أكتوبر"

ومن النتائج الطيبة التي كشفت عنها الدراسة التحليلية للأجزاء الخاصة بالمرأة في المجـلات الأسـبوعية العامة الاعتماد بنسبة كبيرة على المتخصصات كمصادر لمادتها الصحفية عن المرأة، وتميزت "صباح الخير" بالاعتماد على القراء خاصة الموضوعات الخاصة بالمرأة المصرية والأسرة.

٧- كشف التحليل أن مجلة "صباح الخير" مالت في معالجتها للموضوعات الخاصة بالمرأة إلى المعالجة التحليلية والتفسيرية، واستخدمت لذلك الأشكال التفسيرية والاستقصائية بشكل أساسي خاصة الحديث الصحفي والتحقيق الصحفي.

أما مجلة "أكتوبر" فقد كان اتجاه المعالجة فيها بشكل غالب الاكتفاء بسرد المعلومات والتوقف عند مستوى المعالجة المجردة (٩٣,٢% مما قدمته في هذا المجال) وإذا كان هذا المستوى من المعالجة يمثل سلبية مـن الصحيفة وتقصير منها في أداء الدور المنوط بها في تفسير الأحداث والحقائق وتحليلها، فإنه أيضا لا يتناسب مع طبيعة العمل الصحفي في مجلة أسبوعية.

كما ظهر انخفاض نسبة استخدام مواد الرأي، فاستخدام العمود الصحفي بنسبة محدودة في مجلة "صـباح الخير"، وكذلك استخدمت رسائل القراء في المجلة نفسها في معالجة بعض الموضوعات الخاصـة بـالمرأة. وتبين من التحليل الكيفي لمعالجة المجلات الأسبوعية العامة للموضوعات الخاصة بالمرأة أنها تميل للمعالجة المحايدة بنسبة ٦٨,٩% من إجمالي المعالجات.

وظهر اتجاه واضح للمعالجة المتحيزة خاصة في مجلة "صباح الخير"؛ إذ بلغت نسبة المعالجات التي مالت لهذا الاتجاه ٥١,٥ من إجمالي معالجاتها، ولم تزد نسبة المعالجات المتوازنة - وهو الأمر المرغوب فيـه - على ١٢,٢% فقط في المجلتين معا.

كما تبين أن المجلتين تميلان – عند معالجة الموضوعات التي تطرح قضية أو مشكلة ما – إلى عـرض مظاهر المشكلة فقط وبنسبة ٦٦,١% من إجمالي هذه المعالجات.

أما المعالجات التي تركز على أكثر من زاوية (طرح الأسباب، المظاهر، الحلول.. إلخ) فلم تتجاوز نسبتها ٢٦,٨% من إجمالي المعالجات، رغم أهمية هذه النوعية من المعالجات وشموليتها، وأنها تمس أفضل أساليب المعالجة.

وبالنسبة لمواد الرأي (كالمقالات، الأحاديث والتحقيقات، التقارير) فقد اتجهت للبرهنة والإقنـاع بوسـائل مختلفة، وكان الاستناد على البرهان العقلي هو الغالب بنسبة ٧٨,٣% - واستخدمت الوسائل الأخرى للبرهنة (كبرهان المنفعة الذاتية، العرف الاجتماعي، البرهان الديني، البرهان التاريخي) بنسب محدودة.

٨- ظهر من الدراسة التحليلية أن مجلة "صباح الخير" لا تخصص مكانًا خاصا للمرأة، بل توزع الاهتمام بقضاياها على أبوابها وأعمدتها وموضوعاتها المختلفة وإن اتسمت بعض هذه الأبواب والأعمدة بغلبة اهتمامها بقضايا المرأة ومشاكلها، أما مجلة "أكتوبر" فإنها إلى جانب الجزء الذي تخصصه للمرأة فإنها تنشر بعض الموضوعات الخاصة بالمرأة على صفحات أخرى منها، ويلاحظ أن المجلتين معا لم تستخدما صفحتي الغلاف أو الوسط لنشر أي موضوع يتعلق بالمرأة – وهي صفحات تتميز بأهمية خاصة وتخصص عادة لإبراز المواد الصحفية الأكثر أهمية.

وإن كان ينبغي الإشارة إلى أن الدراسة التحليلية لغلاف مجلة "صباح الخير" قد أوضحت أن المرأة كانت المحور الأساسي للصور التي تنشر على هذا الغلاف؛ إذ تتجه المجلة في كل عدد من أعدادها إلى نشر رسم بريشة أحد الفنانين عبارة عن رسوم جمالية للمرأة للتعبير عن انفعال معين كالحب أو الخوف أو الترقب، وأحيانًا جاءت هذه الرسوم كتعبير عن حدث أو ظرف معين كحلول الصيف وذهاب الناس للشواطئ، ويمكن القول: إن استخدام هذه الصور للمرأة على صفحات الغلاف في المجلة لا يؤدي وظيفة موضوعية بل يهدف إلى ترويج المبيعات وجذب انتباه القراء.

والاتجاه نفسه ظهر في استخدام مجلة أكتوبر للصور؛ إذ حرصت في كل عدد من أعدادها على نشر صور للأزياء والموضات إلى جانب استخدامها للصور الموضوعية، وإن نشرت بعض الصور المصاحبة لبعض الموضوعات دون أن توجد علاقة بينهما، بل استخدمت الصورة كمجرد وسيلة للزينة الجمالية والبصرية.

وهذا يؤكد اتجاه الصحف إلى استخدام المرأة كأنثى للإغراء وزيادة عدد النسخ المباعة منها.

٩- بالنسبة لسمات الجمهور المستهدف بالمضمون الخاص بالمرأة فقد أظهرت الدراسة التحليلية أن نسبة كبيرة من هذا المضمون (٨٣% منه) يستهدف المرأة والرجل معا وقد استحوذت المرأة الحضرية على كل اهتمام المجلتين عدا استثناءات محدودة في مجلة "صباح الخير".

واستأثرت فئة الشباب كفئة عمرية بالاهتمام الأكبر من مضمون المجلتين الخاص بفئات عمرية معينة (٦٦,٧%) تلي ذلك فئة المرأة الناضجة بنسبة ٢٢,٢%.

وتجدر الإشارة إلى أن مجلة "أكتوبر" قد نشرت خلال فترة التحليل موضوعا واحدا يتعلق بالمرأة التي تجاوزت سن النضوج (كبيرة السن) وتهتم مجلة "صباح الخير" بمخاطبة احتياجات الفتيات في سن المراهقة ومقتبل الشباب.

١٠- لا تختلف صورة المرأة كما تقدمها المجلات الأسبوعية العامة كثيرا عن صورتها التي تقدمها الصحف اليومية والأسبوعية فالمرأة في الأغلب الأعم لاهثة وراء أحدث الموضات والأزياء والأناقة. ولا تهتم بقضايا مجتمعها، وهي عاطفية سطحية تفضل الراحة والمكوث في البيت بعد تخرجها من الجامعة وعدم العمل خارجه. تسعى بكل الوسائل لإرضاء رجل في حياتها (صديق أو زوج..) قد يكون مترددا أو مغرورا أو شكاكًا.

١١- استأثرت قضايا المرأة في الدول المتقدمة بنسبة كبيرة من اهتمام المجلات الأسبوعية بقضايا المرأة في العالم بنسبة ٧٣,٩%. وظهر هذا بشكل أوضح في مجلة "صباح الخير" بنسـبة ٨٨,٩% مـن إجمالي اهتمامها بقضايا كل قطاعات المرأة في الدول المتقدمة في مجلـة "أكتـوبر" ٦٤,٣% مـن إجمالي اهتمامها بقضايا المرأة في العالم. وركزت المجلتان على المعالجات المثيرة ومتابعة أخبـار النساء الشهيرات من ذلك: ديانا سبنسر وخلافاتها مع زوجها، فانسا وليامز المطربة الأولـى فـي أمريكا، وانتشار تدليك الرأس في صالونات التجميل في أمريكا.

ولم تتناول المجلتان إطلاقًا خلال فترة التحليل أي موضوع يتعلق بالمرأة العربية أو المـرأة فـي الـدول الإسلامية أو الدول النامية.

١٢- وبالنسبة للموضوعات العامة التي تناولتها المجلات الأسبوعية العامة في أجزائها الخاصة بـالمرأة. فقد ظهر من التحليل أن أكثر هذه الموضوعات يتعلق بالاهتمامات الإنسانية (من ذلك مثلاً: الأخبار الشخصية المشهورة، وحالة الطقس، والطرائف، والنوادر، والمفارقـات..) بنسـبة ٤٤,١% مـن إجمالي الموضوعات العامة التي تناولتها المجلتان.

وتلا ذلك الموضوعات الخاصة بالفن، وتركزت غالبيتها في مجلة "صباح الخيـر" وجـاءت بعـد ذلـك الموضوعات الخاصة بالعلوم، ونشرت كلها في مجلة "أكتوبر"، ولم تنشر أية مادة صحفية خاصة بذلك فـي مجلة "صباح الخير".

رابعا: المجلات النسائية المتخصصة:

وقضايا المرأة والتنمية في الريف المصري:

أوضح التحليل ما يلي:

١- أن الموضوعات التي تتعلق بالاهتمامات التقليدية للمرأة المصرية كالموضـة والطهـي والتجميـل وشئون المنزل كانت أكثر الموضوعات التي عالجتها مجلتا "حواء" و "نصف الدنيا" خـلال فتـرة التحليل بنسبة ٣٦,٢% من إجمالي الاهتمام بقضايا المرأة وارتفعت نسبة تناول "حواء" لهذه النوعية من الموضوعات لتصل إلى ٣٩,٩% مقابل ٣٤,٦% في مجلة "نصف الدنيا" من إجمالي اهتمام كل منهما بقضايا المرأة.

وجاءت هذه الموضوعات في قائمة أولويات اهتمام المجلتين بقضايا المرأة المصرية بنسبة ٦٠,١% مـن إجمالي الاهتمام بكل قضايا المرأة المصرية، ويلاحظ ارتفاع نسبة معالجة مجلة "نصف الدنيا" لهذه القضـايا عنها في مجلة "حواء" (٦٥,٣%، ٥٢% على الترتيب).

أما الموضوعات الخاصة بقضايا المرأة المصرية والتنمية فجاءت في مؤخرة اهتمام المجلتين معا بنسـبة ٧,٩% فقط من إجمالي اهتمامها بكل قضايا المرأة. وكانت مجلة "حواء" أكثر اهتماما بهذه القضـايا مقارنـة بمجلة "نصف الدنيا" ١٤% مقابل ٥,٢% على الترتيب.

وإن شكلت قضايا المرأة والتنمية نسبة ١٣,١% من إجمالي اهتمام المجلتين بقضـايا المـرأة المصـرية وحدها، وبلغت نسبة ذلك ١٨,٢% من إجمالي اهتمام مجلة "حواء" بقضايا المرأة المصرية مقابل ٩,٨% فقط من إجمالي اهتمام مجلة "نصف الدنيا".

وشغلت قضايا المرأة المصرية والأسرة الترتيب الرابع في اهتمام المجلتين بكل قضـايا المـرأة بنسـبة ١٦,١%، واحتلت الترتيب الثاني في إطار اهتماماتها بقضايا المرأة المصرية على وجه الخصـوص بنسـبة ٢٦,٨% وارتفعت نسبة ذلك في مجلة "حواء" مقارنة بمجلة" نصف الدنيا" (٢٩,٨%) مقابـل ٢٤,٨% مـن إجمالي اهتمام كل منهما بقضايا المرأة المصرية.

٢- ظهر من التحليل محدودية الاهتمام بقضايا المرأة المصرية الريفية؛ حيث لم تتجاوز نسـبة ٠,٧% (خمسة تكرارات من ٧٠٢ تكرار) من إجمالي اهتمام المجلتين بقطاعات المرأة المصرية.

ولم تنل المرأة البدوية إلا ٠,١% فقط (تكرار واحدا) في حين استأثرت المرأة الحضرية وحـدها بنسـبة ٥٢,٤% من إجمالي اهتمام المجلتين.

وتبين الدراسة التحليلية الغياب شبه الكامل للاهتمام بقضايا المرأة المصرية الريفية في مجلة "حواء" إذا لم تزد نسبة تناول قضاياها على كل صفحات المجلة طيلة فترة التحليل عن ٠,٨% فقط (ثلاث تكـرارات مـن إجمالي ٣٥٨ تكرارا) أما المرأة البدوية فقد تم الحديث عن إحدى الموضوعات المتصلة بها مرة واحدة فقـط في مجلة "حواء" طيلة فترة التحليل أيضا.

واستأثرت المرأة الحضرية وحدها بنسبة ٦٨% من إجمالي الاهتمام بقطاعات المرأة المصرية في مجلـة "حواء".

ولا يختلف الوضع كثيرا في مجلة "نصف الدنيا"؛ إذ تم التعرض لموضوعات تتعلق بالمرأة الريفية بنسبة ٠,٢% فقط (تكراران فقط) ولم يتم تناول قضايا المرأة البدوية إطلاقًا.

واستحوذت المرأة الحضرية وحدها على ٢٤,٤% من إجمالي اهتمام المجلة بكل قضايا المرأة المصـرية مقابل ٥٧,١% للموضوعات التي تتناول المرأة المصرية عموما دون تحديد قطاع معين منها.

٣- كشف التحليل أيضا أن حجم الاهتمام بقضايا المرأة المصرية الريفية والتنمية التي يتجـاوز نسـبة ٢% من إجمالي اهتمام مجلة "حواء" بقضايا المرأة المصرية والتنمية مقابل ٢,٤% مـن إجمـالي اهتمام مجلة "نصف الدنيا" بقضايا المرأة المصرية والتنمية.

وبلغت نسبة اهتمام مجلة "حواء" بقضايا المرأة المصرية الريفية والأسرة ٢,٤% مقابل ٠,٩% فقـط فـي مجلة "نصف الدنيا" من إجمالي اهتمام كل منهما بقضايا المرأة المصرية والأسرة.

واستأثرت المرأة الحضرية وحدها بنسبة ٨١,٨% من إجمالي اهتمام مجلة "حواء" بالموضوعات الخاصة بالاهتمامات التقليدية للمرأة المصرية مقابل ٤٩,١% في مجلة "نصف الدنيا".

واختصت الموضوعات الأخرى في هذا المجال باهتمامات المرأة عامة دون تحديد قطاع بعينه.

٤- شكلت القضايا والموضوعات العامة التي لا تتعلق بالمرأة وحدها وتم تناولها على صفحات المجلتين نسبة ٢١,٨% من إجمالي الاهتمام العام بالمجلتين، ويعود ارتفاع هذه النسبة إلى الاهتمام الواضـح الذي أولته مجلة "نصف الدنيا" لهذه القضايا والموضوعات العامة التي شكلت حوالي ربع الاهتمـام العام لهذه المجلة (٢٤,٧%) في مقابل ١٥,٤% من الاهتمام العام في مجلة "حواء".

وكانت أكثر هذه الموضوعات التي نالت اهتماما من المجلتين الموضوعات الخاصة بالاهتمامات الإنسانية بنسبة ٣٧,٤% من إجمالي ما نشر من الموضوعات العامة ثم الموضوعات الخاصة بالفن بنسبة ٢٤%، وتلا ذلك الموضوعات الخاصة بالسياسة الخارجية بنسبة ٦,٣% من إجمالي اهتمام المجلتين بالموضوعات العامة.

وتلا ذلك الموضوعات التي تتعلق بالخدمات العامة بنسبة ٥,٩%، ثم الموضوعات الخاصـة بالرياضـة بنسبة ٣,٩% فالموضوعات الخاصة بالسياسة الداخلية، ثم موضوعات الثقافة والأدب بنسبة ٢% لكل منهمـا من إجمالي الموضوعات العامة المنشورة في المجلتين.

وجاء الاهتمام بموضوعات الاقتصاد، العلوم محدودا للغاية بنسـبة ٠,٨%، ٠,٤% لكـل منهمـا علـى الترتيب.

٥- كان موضوع "عمل المرأة خارج المنزل ووجهات النظر المختلفة حول عودتها إلى البيت، أو عملها بنصف الأجر، ونوعية الأعمال التي تشارك فيها وغير ذلك من موضوعات تتعلق بهذه القضية هو أكثر الموضوعات التي اهتمت بها المجلتان في إطار اهتمامهما بقضايا المرأة المصـرية والتنميـة بنسبة ٢٣,٩% من إجمالي هذا الاهتمام، وإن تركز معظم ما نشر في هذه المجلة "حواء"؛ إذ نشـر بها ٦٣,٣% من إجمالي ما نشر حول هذا الموضوع.

وتلا ذلك موضوع "تنظيم الأسرة والمباعدة بين فترات الحمل" وموضوع "تشجيع المرأة على الإبداع فنيـا وأدبيا وعلميا "بنسبة ١٧,٤% لكل موضوع منهما من إجمالي اهتمام المجلتين بقضايا المرأة والتنمية. وتركز الاهتمام بموضوع تنظيم الأسرة في مجلة "نصف الدنيا" إذ نشر بها ٧٥% من إجمالي ما نشـر حولـه فـي المجلتين، في حين تركز الاهتمام بالموضوع الثاني في مجلة "حواء" إذ نشر بها ٧٥% من إجمالي ما نشـر حوله أيضا.

وشكل الاهتمام بموضوع "ثقافة المرأة" ومتابعة الجديد من الإصدارات الثقافية ١٦,٣% من إجمالي اهتمام المجلتين بقضايا المرأة المصرية والتنمية، وجاء بعد ذلك موضوع "إكساب المـرأة بعـض المهـارات"؛ إذ خصصت كل من المجلتين بابا ثابتًا لتعليم المرأة بعض المهارات العملية تحت عنوان "فكرة لمطبخـك" "فـي مجلة" حواء" و "اصنعيها بنفسك" في مجلة "نصف الدنيا".

وكانت أقل الموضوعات التي نالت اهتمام المجلتين من بين الموضوعات الخاصـة بـالمرأة المصـرية والتنمية موضوع "مقاومة بعض العادات الاجتماعية المعوقة للتنمية"، "محو الأمية وتعليم المرأة"، "الجمعيات والمنظمات النسائية".

وتناولت مجلة "حواء" وحدها بعض الموضوعات بتكرارات محدودة للغاية وهي: " دور المرأة في الإنتاج، نشر الوعي السياسي لدى المرأة، تشجيع المرأة على ممارسة حقوقها السياسية".

ولم تتناول مجلة "نصف الدنيا" الموضوعات السابقة إطلاقًا وهي: ترشيد الاستهلاك العائلي، إدارة المنزل وتخطيط ميزانية الأسرة ومراقبة الأسعار والحد من ارتفاعها، عمالة الأطفال، تشجيع المرأة على المشـاركة في العمل النقابي.

وكانت أكثر الموضوعات الخاصة بالمرأة المصرية والأسرة تناولاً في المجلات النسائية هي الموضوعات المتعلقة بالعلاقات الزوجية بنسبة ٢٢,٩% من إجمالي ما تناولته المجلتان خاص بالمرأة المصرية والأسـرة، وتلا ذلك موضوع تربية الأبناء ورعايتهم صحيا ونفسيا واجتماعيا وتعليميا وثقافيـا بنسـبة ١٨,٦%" مـن إجمالي الموضوعات الخاصة بالمرأة المصرية والأسرة.

وجاءت الموضوعات الخاصة بالعلاقات الأسرية، الموضوعات المتعلقة بصحة الأسرة ونظام الغذاء بنسبة ١٥,٤% لكل منهما من إجمالي اهتمام المجلتين بقضايا المرأة المصرية والأسرة.

وكذلك أقل الموضوعات التي تناولتها المجلتان في إطار قضايا المرأة المصرية والأسرة ما يتعلق بالزواج المبكر بنسبة ٢,١%، وكذلك موضوع رعاية أبناء المرأة العاملة، الآثار الاجتماعية لتعدد الزوجـات بنسـبة ١,٠٦% لكل منهما (موضوع واحد عن كل منهما في كل مرحلة) ثم مشاكل الأسرة المغتربة بنسبة ٠,٥%.

وهناك بعض الموضوعات التي لم تحظ بأي اهتمام من المجلتين وهي: هجرة الأب للعمل فـي الخـارج، المسنات، الميراث، تزويج الفتيات الصغيرات لكبار السن.

وشكلت الموضوعات الخاصة بالتجميل وتصفيف الشعر والمكياج ٢٣% من إجمالي المواد التي نشـرتها المجلتان خاصة بالاهتمامات التقليدية للمرأة المصرية، تلا ذلك الموضوعات الخاصة بشئون المطبخ والطهي بنسبة ٢٠,٩%؛ إذ تخصص كل من المجلتين بابا ثابتًا لذلك يحمل في مجلة "حواء" عنوان "أطبـاق حـواء" ومجلة "نصف الدنيا" عنوان "بالهنا والشفا"، ويلاحظ غرابة مسميات بعض هذه الأطباق المقدمة، وبعدها عن البيئة المصرية مثل شارلوت ماما، ترفل الطماطم، قراطيس الكاتيولوني، بريوس الغابة وغيرها.

واحتلت الموضوعات الخاصة بالديكور والأثاث الترتيب الثالث بنسبة ١٧,٨% من إجمالي تناول المجلتين للاهتمامات التقليدية للمرأة المصرية.

وجاءت بعد ذلك وبنسب متقاربة الموضوعات المتعلقة بالعلاقات العاطفية والأحاسيس والمشاعر الخاصة بالعلاقة بين الرجل والمرأة بنسبة ١٥,٤% ثم الموضوعات الخاصة بالأزيـاء والموضـة والأناقـة بنسـبة ١١,٦% من إجمالي اهتمام المجلتين بهذه الاهتمامات التقليدية للمرأة.

وكانت الموضوعات الخاصة بشئون المنزل، الموضوعات الخاصـة بـالريجيم والتخسـيس هـي أقـل الموضوعات التي تناولتها المجلتان في إطار تناولهما للاهتمامات التقليدية بنسبة ٥%، ٢,٤% على الترتيب.

٦- اتضح من الدراسة الخاصة بالقائمين بالاتصال في المجلتين إدراكهم للإهمال الواضح لمعالجة الموضوعات الخاصة بالمرأة الريفية في كل من المجلتين، وأضاف القائمون بالاتصال في مجلة "حواء" إلى ذلك العديد من الموضوعات التي لا تجد فرصة للنشر وهي!:

أ- دور المرأة السياسي.

ب- الجماعات الإرهابية والقهر الذي تمارسه على النساء.

ج- زواج الرجال المسنين من الفتيات الصغيرات.

د- الدعارة والزنا.

أما القائمون بالاتصال في مجلة "نصف الدنيا" فأشاروا إلى العديد من الموضوعات التي لا تجد فرصة للنشر وهي:

أ- قضايا الفتاة في سن المراهقة.

ب- الدور الذي تلعبه المرأة العاملة في المجتمع مدعما بالإحصائيات.

ج- قضايا النساء المعوقات.

د- سلبيات عمل المرأة.

ه- ختان الإناث.

وربما يكون لهذا التناقض القائم بين إقناع القائمين بالاتصال في مجلتي "حواء" و "نصف الدنيا" بضرورة الاهتمام بالمرأة الريفية واعترافهم بأنها مهملة فعلاً، والواقع العملي الذي ظهر من خلال الدراسة التحليلية للمجلتين والذي اتضح منها الإهمال شبه الكامل لقضايا المرأة الريفية ومشاكلها ما يبرره خاصة وأن ٤٥,٥% من إجمالي القائمين بالاتصال في المجلتين، والذين تم تطبيق البحث عليهم ذكروا أنهم لا يشاركون في رسم السياسة التحريرية لمجلتهم.

كما أن نصفهم تقريبا لم تتح لهم فرص السفر والقيام بزيارات ميدانية في الريف المصري، وارتفعت هذه النسبة في مجلة "نصف الدنيا" لتصل إلى ٥٨% خاصة وأن أغلبهم (٧٧% من إجمالي القائمين بالاتصال في المجلتين) ليسوا من أصول ريفية.

في الوقت الذي كشفت دراسة القائمين بالاتصال أن لمثل هذه الزيارات الميدانية انعكاسها الإيجابي على تغطيتهم الصحفية؛ لما يتعلق بالمرأة الريفية؛ إذ جاءت موضوعاتهم أكثر تعبيرا عن واقع المرأة الريفية وساعدت في التعرف على الأسلوب المناسب لمخاطبتها.

وأشار القائمون بالاتصال في مجلة "حواء" أنه ترتب على هذه الزيارات معالجة العديد من الموضوعات الخاصة بالريف المصري وهي: تعدد الزوجات، الزواج المبكر، أطفال القرية، الأمية، أنشطة المرأة الريفية ومسئولياتها.

أما الموضوعات التي عالجتها مجلة "نصف الدنيا" وقام بها محرروها بعد زياراتهم الميدانية للريف المصري فكانت: إسهام المرأة الريفية في الصناعات الريفية، طفل القرية.

المرأة الريفية وعالم الخرافة، الزار، الفن في الريف المصري، العلاقات الزوجية في الريف.

٧- اعترف ٧٠% من القائمين بالاتصال في مجلة "حواء" الذين شملتهم عينة البحث أن مجلتهم لا تهتم بالمرأة الريفية، وارتفعت هذه النسبة بين القائمين بالاتصال في مجلة "نصف الدنيا" لتصل إلى ٧٥%، وأرجعوا ذلك إلى الأسباب التالية (مرتبة تنازليا):

أ- ضعف حماس المحررين أنفسهم لتغطية الموضوعات الخاصة بالمرأة الريفية.

ب- عدم اهتمام المسئولين بقضايا الريف مما انعكس على التغطية الصحفية لهذه القضايا.

ج- عدم وجود دراسات عن المرأة الريفية تعين المحررين على أداء هذه المهمة.

د- السياسة التحريرية للمجلة.

ه- القيم الإخبارية الصحفية السائدة في الصحافة المصرية.

و- عدم وجود مراسلين للمجلات النسائية في القرى المصرية.

٨- تكشف الدراسة المقارنة بين نتائج تحليل مضمون المجلات النسائية المتخصصة، ونتائج دراسة القائمين بالاتصال توصلت إلى أنهم يدركون ما يجب أن تقوم به مجلاتهم؛ لدفع المرأة الريفية للمشاركة في التنمية في الوقت الذي لم ينعكس ذلك واضحا - فيما يقدم - على صفحات هذه المجلات التي يشاركون في تحريرها.

٩- فقد ذكر القائمون بالاتصال الذين شملتهم العينة أن المجلات النسائية المتخصصة يجب أن تركز على الموضوعات التالية (مرتبة تنازليا).

أ- الدعوة إلى تعليم المرأة الريفية ومحو أميتها.

ب- التوعية الصحية.

ج- تنظيم الأسرة.

د- التوسع في مشروعات تشغيل المرأة الريفية.

ه- التربية السليمة للأبناء.

و- الدعوة لعمل المرأة.

ز- تدريب القيادات النسائية.

ح- التوعية السياسية.

ط- الدعوة إلى ترشيد الاستهلاك.

في الوقت الذي ظهر من الدراسة التحليلية محدودية تناول موضوع "محو الأمية وتعليم المرأة الريفيـة"، كذلك موضوع "دور المرأة في الإنتاج" و "التوعية السياسية للمرأة بل إن موضوع "ترشيد الاستهلاك" لم يـتم تناوله إطلاقًا في المجلتين.

وإن نال موضوع "تربية الأبناء" اهتماما نسبيا بلغ ١٨,٦% من إجمالي تنـاول المجلتـين للموضـوعات الخاصة بالمرأة المصرية والأسرة، كذلك موضوع "عمل المرأة" وإن لم يهتم بعمل المرأة الريفية وركز على المرأة الحضرية و"تنظيم الأسرة" وإن كان أغلب ما نشر حول هذا الموضوع هو مادة إعلانية مدفوعة الأجر من خلال مشروع التسويق الاجتماعي لوسائل تنظيم الأسرة، و"صحة الأسرة" إذ بلغ حجـم الاهتمـام بهـا ١٥,٤% من إجمالي تناول المجلات النسائية المتخصصة لقضايا المرأة المصرية والأسرة.

تكشف كل من الدراسات الاستطلاعية والدراسة التحليلية التفصيلية لشكل المجلتين ومضمونها، والدراسـة الخاصة للقائمين بالاتصال في المجلتين أنهما تعتمدان على المحررين والمحررات في تحريرهما.

ومن الملاحظ قلة عدد أعضاء الجهاز التحريري المتفرغ لتحرير مجلة "نصف الدنيا"، واعتمادها بشـكل أساسي على إسهامات محرري جريدة "الأهرام"، في حين يوجد جهاز تحريري متكامل لمجلة "حواء" منفصل عن بقية مطبوعات مؤسسة دار الهلال التي تصدر عنها المجلة، وربما يرجع هذا في جانب منه إلى عرقـة "حواء" التي تصدر منذ ما يزيد على ثلاثين عاما، وحداثة مجلة "نصف الدنيا" التي تصدر منذ ثلاثـة أعـوام فقط.

وتشكل المحررات ما يقرب من ٧٥% من إجمالي القائمين بالاتصال في مجلة "حواء" في حـين يشـكل المحررون ما يقرب من ٥٥% من إجمالي القائمين بالاتصال في مجلة "نصف الدنيا"، وتشـكل المحـررات ٤٥% منهم.

١٠- أظهرت الدراسة الخاصة بالقائمين بالاتصال أن معظم من شملتهم عينة البحث من مواليد القـاهرة، أي أن غالبيتهم ليسوا من أصول ريفية، كما أكدت الدراسة حصول القائمين بالاتصال على تأهيـل جامعي، وإن كانت نسبة المؤهلين إعلاميا منهم أي الحاصلين على بكـالوريوس أو ليسـانس فـي الصحافة – لا تزيد على ٢٥%، والنسبة الأكبر من الحاصلين على مؤهلات أخرى كالفنون الجميلة والعلوم السياسية والألسن والتجارة والتربية ودار العلوم والعلوم.

وإن ظهر ارتفاع نسبة المؤهلين صحفيا وإعلاميا في مجلة "نصف الدنيا" عنها في مجلة "حواء" وظهر من الدراسة أن ٥٥% من أفراد العينة لم يشاركوا في أية مؤتمرات تبحث مشكلات المرأة رغم أهمية مثل هـذه المشاركة، ويلاحظ تساوي نسبة الذين التحقوا بالعمل في المجلة عن طريق إثبـات كفـاءتهم دون واسـطة، ونسبة الذين أتيحت لهم فرصة العمل بفضل الصلات والعلاقات الشخصية.

وأشار البعض - وإن كان هذا بنسبة محدودة – إلى أنهم عملوا في المجلة بعدما أثبتوا جدارة فـي فتـرة التدريب العملي الذي نظمه قسم الصحافة بكلية الإعلام للطلاب في المؤسسات الصحفية.

ويلاحظ أن اعتماد المجلتين على المتخصصين أو المتخصصات كمصادر لموضوعاتهم الصحفية كان محدودا؛ إذ كشف التحليل أن معظم المادة الصحفية تنشر دون تحديد مصادرها، كما لم يظهر خلال فترة التحليل إسهام القارئات بالقدر الكافي في تحرير المجلة أو الاعتماد عليها كمصادر للمادة الصحفية وهذه من المآخذ على المجلتين خاصة وأنهما مجلتان نسائيتان متخصصتان.

١١- تبين من التحليل أن المجلات النسائية المتخصصة كانت موفقة في اتجاهها بشكل كبير نحو المعالجة التحليلية والتفسيرية؛ إذ شكل هذان النوعان من المعالجات ٦٩,١% من إجمالي مستويات معالجة المجلتين، وذلك من خلال استخدام الأشكال التفسيرية والاستقصائية، خاصة التحقيق الصحفي، أما الاتجاه نحو المعالجة التقريرية والتسجيلية المجردة التي تكتفي بسرد المعلومات فبلغت نسبة في المجلتين ٣٠,٨% من خلال استخدام الأشكال الإخبارية، خاصة الخبر القصير.

كما استخدمت المجلتان أيضا أشكال مواد الخدمات، ومنها الموضوع الصحفي الخدمي: "القوائم"، "اصنعيها بنفسك".

ويلاحظ انخفاض نسبة استخدام مواد الرأي، ومحدودية الاستعانة برسائل القراء، وإن كانت مجلة "حواء" تستخدم هذا الشكل أكثر من مجلة "نصف الدنيا" وهذا اتجاه طيب منها.

ومن الملاحظات الجديرة بالإشارة أن أكثر من نصف الموضوعات الخاصة بالاهتمامات التقليدية للمرأة نشرت في شكل إعلانات خاصة في مجلة "نصف الدنيا" وقد ظهر من التحليل الكيفي لمعالجة المجلات النسائية المتخصصة للموضوعات الخاصة بالمرأة أنها تميل إلى المعالجة المتحيزة والتركيز على وجهة نظر واحدة دون إفساح المجال لوجهات النظر الأخرى؛ إذ بلغت نسبة المعالجات التي اتخذت هذه الوجهة ٣٥,١% كما ظهر اتجاه واضح أيضا نحو المعالجة المحايدة بنسبة ٣٣,٩% من إجمالي معالجات المجلات النسائية المتخصصة.

كما أن من الاتجاهات الإيجابية في معالجات المجلات النسائية المتخصصة: التركيز على تناول القضية أو المشكلة التي يعالجها الموضوع الصحفي من أكثر من زاوية (عرض الأسباب/ المظاهر/ الحلول)؛ إذ بلغت نسبة هذا الأسلوب المتكامل والشامل من المعالجات ٤١,٦% من إجمالي معالجات المجلتين.

وبالنسبة لمواد الرأي كالمقالات والأحاديث والتحقيقات، فقد اتجهت للبرهنة والإقناع بوسائل مختلفة، وإن كان الاعتماد الأساسي على البرهان العقلي الذي يستند إلى تقديم الحقائق والإحصائيات والبيانات والأرقام والوثائق بنسبة ٥٣,٣%، وتلا ذلك الاستناد إلى برهان المنفعة الذاتية بنسبة ٢٣,٨% في المجلتين معا، وإن ارتفعت النسبة في مجلة "نصف الدنيا" بالقياس إلى مجلة "حواء"؛ إذ بلغت ١٦,٣% مقابل ٧,٥% على الترتيب.

واستخدام كل من البرهان التاريخي والديني والاجتماعي بنسب متقاربة هي ٧,٨%، ٧,٥%، ٧,٣% على الترتيب.

١٢- بالنسبة لسمات الجمهور المستهدف بمضمون المجلتين، فقد تبين مـن التحليـل أن ٤٠,٥% مـن مضمونهما تقريبا يستهدف الأسرة بصفة عامة، وظهر ذلك بشكل أوضح في مجلة "نصف الـدنيا" بنسبة ٤٦,٧% من إجمالي مضمونها مقابل ٣٢,٢% في مجلة "حواء" من إجمالي مضمونها.

ويلاحظ بشكل عام أن المجلتين تتفقان في التركيز على اهتمامات المـرأة فـي المجتمعـات الحضـرية واحتياجاتها، خاصة تلك الفئة من النساء التي تنتمي لطبقات اجتماعية معينة، وتبتعدان عـن قضـية المـرأة المصرية في الريف، ومن الطبقات الشعبية، وإن كانت هناك عدة مؤشرات بينها طبيعـة المضـمون نفسـه وسعر بيع كل من المجلتين(*) تشير إلى أن مجلة "نصف الدنيا" تتجه إلى طبقات اجتماعية أعلى من تلك التي تتجه إليها مجلة حواء.

كما تركز اهتمام المجلتين على مخاطبة المرأة خلال فئة عمرية معينة هي: سن المراهقة والشباب، بل إن فئة الشباب وحدها استأثرت بنسبة ٤٣,٢% من إجمالي المضمون الخاص بفئات عمرية معينـة، تـلا ذلـك مرحلة المراهقة بنسبة ٣٧,٨% وقد كانت مجلة "حواء" أكثر اهتماما بمخاطبة المرأة في هذه المرحلـة عـن مجلة "نصف الدنيا"، ثم المرأة في مرحلة النضوج بنسبة متواضعة بلغت ١٨,٩% فقط.

ولم تهتم أي من المجلتين بتقديم أية مادة صحفية للمرأة التي تجاوزت سن النضوج (كبيرة السن).

١٣- يمكن القول بشكل عام أن صورة المرأة في المجلات النسائية المصرية ما زالت تركز على المـرأة كأنثى في المقام الأول، وكزوجة وأم في المقام الثاني وتفقد إلى حد كبير الاهتمام بـالمرة كإنسـان ومواطنة تشارك في بناء مجتمعها وتعمل على تنميته، ومما يدعم هذه الصورة أن القيم التي حملها مضمون المجلتين يركز على "قيمة الجمال، وكيف تصبحين جميلة ورشيقة، وإن الرجل لا يـرتبط بالمرأة إلا إذا اتفق الجميع على أنها جميلة حقا (حوالي ثلث المضمون المنشور في المجلتين بنسبة ٢٩,٥%)، كما ظهرت قيم أخرى كالسعادة والترفيه والمرح.

ولم تتجاوز نسبة المضامين التي حملت قيمة "التنمية" ٥,٦% من إجمالي المضامين التي حملت قيما.

وتبدو هذه النظرة أيضا في تصور القائمين بالاتصال في المجلات النسائية المصرية دونية؛ إذ يـرون أن المرأة المصرية هي كائن سلبي غير قادر على اتخاذ القرارات وهي عاطفية سطحية مسرفة تشـكل أحيانًـا عائقًا أمام التنمية.

ولم تزد نسبة من طرحوا صورة ايجابية للمرأة المصرية كسيدة نشيطة تقوم بأعمال مفيدة لمجتمعها على ٣٨%.

(*) إذ تباع النسخة من مجلة "حواء" بخمسين قرشًا (نصف جنية) ، في حين تباع النسخة من مجلة "نصـف الـدنيا" بجنيهـين ونصف.

أما المرأة الريفية فهي عند القائمين بالاتصال في مجلة "حواء" كائن سلبي على هامش الحياة مسكينة، لم تنل حقها من التعليم، تعاني الجهل والفقر، تفتقر إلى الوعي، عليها أن تعطي بلا حدود دون أن يكون لها حقوق.

ورأت نسبة قليلة منهم (١٧%) أنها لا تختلف عن المرأة الحضرية. والمرأة الريفية في تصور القائمين بالاتصال في مجلة "نصف الدنيا" مقهورة، غير واعية، وغير قادرة على التفكير الصائب، سطحية، غير قادرة على اتخاذ أي قرار، كثيرة الإنجاب.

وإن كانت هناك بعض التصورات الإيجابية عنها لدى بعضهم؛ إذ يرون أنها امرأة نشيطة، مضحية مشاركة في أحداث الحياة، تتميز بحسن التدبير، والذكاء، وأنها مساوية لزوجها تماما.

ويمكن القول: إن هذا التناقض في التصورات يرجع في جانب منه إلى الأساليب التي يعتمد عليها هؤلاء القائمون بالاتصال لتكوين هذه التصورات، فثلثهم تقريبا يعتمدون في هذا بشكل أساسي على متابعة الصور التي تقدمها وسائل الإعلام للمرأة الريفية، وهي صور بعيدة في كثير من الحالات عن الواقع - كما أثبتت العديد من البحوث العلمية - أو من خلال مشاركتهم في المؤتمرات التي تعالج قضايا المرأة الريفية.

ونسبة لا تزيد على ٢٥% منهم اعتمدوا في ذلك على معايشة الواقع العملي للمرأة الريفية من خلال الاحتكاك المباشر بهذا نظرا لوجود أصول ريفية لهم في القرى، ومن خلال عائلاتهم التي ما زالت تعيش هناك.

١٤- استأثرت قضايا المرأة بصفة عامة دون تحديد على منطقة معينة بنسبة تزيد على نصف إجمالي الاهتمام العام للمجلتين بقضايا المرأة في العالم (٥١,٧%).

وجاءت قضايا المرأة في الدول المتقدمة في الترتيب الثاني بنسب ٢٨,٧% من إجمالي اهتمام المجلتين، وذلك من خلال الباب الثابت الذي تنشره كل منهما ويحمل "حول العالم مع المرأة" في: مجلة "حواء" وعنوان "أخبار الدنيا" في، مجلة "نصف الدنيا".

وشكل الاهتمام بقضايا المرأة في الدول النامية ٨,١%، وقضايا المرأة العربية ٧,٢%، أما قضايا المرأة في الدول الإسلامية فقد بلغ حجم الاهتمام بها ٤,٣% من إجمالي اهتمام المجلتين بقضايا المرأة في العالم.

خامسا: اتجاهات القائمين بالاتصال في الصحف نحو المرأة الريفية:

على الرغم من أن هناك الكثير من العوامل التي تؤثر على مدى اهتمام الصحف العامة والنسائية المتخصصة بقضايا المرأة المصرية الريفية ونظرتهم لها، بعضها يتعلق بالظروف العامة السائدة في مجتمعنا، وأن الريف المصري بكل قاطنيه ومن بينهم النساء الريفيات لا يحظى بالاهتمام الواجب الذي يتفق مع حجمه الحقيقي في مصر؛ إذ يشكل الريفيون أكثر من نصف سكان مصر.

وبعضها يتعلق بالسياسات الاتصالية في مجتمعنا عامة وتوجهاتها والقيم الإعلامية السائدة والتي تنعكس في السياسات التحريرية لمؤسساتنا الإعلامية، وتظهر في الممارسات الإعلامية.

إلى جانب ذلك فدور القائم بالاتصال في هذا المجال، وما يتعلق بنشأته وتأهيله ومدى تدريبه وكفاءته أمر مهم، وقد ناقشنا من خلال عرضنا في الأجزاء السابقة من البحث – غير أن هناك نقطة مهمة تتصل بالقائم بالاتصال – على درجة عالية من الأهمية والتأثير؛ لذا آثرنا أن نفرد لها معالجة خاصة وهي ما يتعلق باتجاهات تؤثر بالضرورة - بوعي أو بدون وعي - على أدائهم وما يطرحون من قضايا، والطريقة التي يعالجون بها هذه الموضوعات والكيفية التي يعرضونها بها.

وقد كشفت الدراسة التي تمت لهذه الاتجاهات عن النتائج التالية:

١- ٥% فقط من أفراد العينة يرحبون بشدة بأن يكونوا متخصصين في موضوعات المرأة الريفية، أما الذين وافقوا على ذلك فبلغت نسبتهم ٤٢% مقابل ٣٧,٥% لم يرحبوا بذلك، وهي نسبة تعد عالية.

٢- رحب ٧٧,٥% من أفراد العينة بتخصيص ركن خاص للمرأة الريفية في كل صحيفة، واعترض على ذلك ١٥% منهم.

٣- عبر ٩٥% عن أنهم يتمنون أن ينقلوا رأي المرأة الريفية في القضايا السياسية عبر صحفهم.

٤- رفض ٦٧,٥% من أفراد العينة تبرير عدم الاهتمام بمخاطبة المرأة الريفية من خلال الإعلام المقروء بسبب جهلها، ووافق على ذلك ٢٢,٥% منهم.

٥- وافق ٨٠% من أفراد العينة على أنه رغم جهل غالبية النساء في القرية لكن آرائهن تحمل حكمة ونضجا.

وفي الوقت نفسه بلغت نسبة المؤيدين لاعتبار الغالبية العظمى من الريفيات يهتممن بالسحر والخرافات ٦٣%، ونسبة الذين يرون أن المرأة الريفية حريصة حرصا كبيرا على زيارة الموالد والقبور ٨٧,٥%، ونسبة الذين أيدوا أن الغالبية العظمى من الريفيات يهتممن باللجوء إلى الوصفات الشعبية في العلاج ٨٧,٥%.

وترى بنسبة لا بأس بها (٣٠%) من أفراد العينة أن المرأة الريفية لا تؤمن بأهمية تعليم الفتاة، وأيد ٤٧,٥% منهم أن المرأة الريفية أكثر رجعية من الرجل وأيد ٤٢,٥% القول بأن المرأة الريفية ترى قيمتها كأنثى تثير الغرائز.

٦- لم يعترض أي من أفراد العينة على القول بأن المرأة الريفية تدفع بأبنائها إلى الالتزام بالقيم الخلقية النبيلة، وإن اعترض ٢٧,٥% منهم على القول بأنها تتمسك بالعفاف والطهارة أكثر من المرأة في المدينة.

٧- ووافق ٨٢,٥% من أفراد العينة على القول بأن للمرأة الريفية دور في الإنتاج الزراعي، ووافق ٩٢,٥% منهم على أنها تقوم بكافة أعمال الرجال، وأيد ٨٧,٥% أنها يمكن أن تلعب دورا في الصناعات المنزلية، واعترض ٦٠% منهم على القول بأنها لا تصلح للعمل خارج المنزل، ووافق ٧٧,٥% من أفراد العينة أن المرأة الريفية تعمل بدقة وجدية، ذكر ٥% منهم أنهم يعتقدون أن المرأة الريفية عندما تعمل تسعى لتحقيق طموح وظيفي.

وذكر كل أفراد العينة أنهم يرون ضرورة زيادة معاهد التدريب المهني للريفيات.

وعارض ٤٠% من أفراد العينة الرأي الذي يقول بأن المرأة في المدينة أكثر فعالية في العملية الإنتاجية من المرأة الريفية، وإن وافق ٤٥% منهم على أن من أهم أسباب إقدام الفتاة الريفية على العمل هو ادخار مصاريف الزواج.

٨- وافق ٥٥% من أفراد العينة على أن المرأة الريفية تهتم بما يقع خارج نطاق منزلها من أحداث، واعترض ٨٢,٥% على القول بأن لديها معلومات وفيرة عن الأوضاع السياسية العالمية، ورأت غالبية العينة أن مشاركة المرأة الريفية في نشاط جمعيات تنمية المجتمع محدودة وضعيفة، وأنها تتنازل عن حقوقها طواعية ٨٢,٥% منهم، وأيد ٦٧,٥% القول بأن المرأة الريفية ليس لها وزن انتخابي.

واعترض ٨٢,٥% على القول بأنها مستقلة عن زوجها في آرائها السياسية في حين أيد ٦٢,٥% منهم أنها سلبية في مواقفها من القضايا السياسية. وهي لا تتابع نشرات الأخبار من وجهة نظر ٤٥% من أفراد العينة ولا تشارك بآرائها من خلال الصحف في رأي ٧٢,٥% من أفراد العينة.

٩- بلغت نسبة الموافقين على أن المرأة الريفية تطيع زوجها طاعة عمياء ٦٠%، ووافق ٣٢,٥% منهم على أن المرأة الريفية تقبل أن يضربها زوجها، وأيد ٤٥% أنها ترفض زواج زوجها بأخرى، ووافق ٩٠% على أنها تعتمد على الرجل بصورة كبيرة غير أنها في رأي ٨٠% منهم يمكنها الدفاع عن نفسها وبيتها في حالة الضرورة.

ووافق ٧٧,٥% من أفراد العينة أن المرأة الريفية تبث في أبنائها قيم الاعتماد على النفس، وإن رأى ٤٢,٥% منهم أنها متشددة في تربية أبنائها.

ووافق ٧٠% منهم على القول بأنها تلجأ للوحدة الصحية في حالة مرض أحد أبنائها، ٧٢,٥% على أنها تحرص على تطعيم أبنائها، غير أن ٢٥% منهم يرون أنه لا يمكن الاعتماد عليها في القضاء على الأمراض المعدية، ويرى ٨٢,٥% من أفراد العينة أن المرأة الريفية تفضل الذكور عن الإناث، ووافق ٨٥% منهم أنها لا تمانع في زواج ابنتها في سن صغيرة، ووافق كل أفراد العينة أن المرأة الريفية ترى أن الزواج أفضل مستقبل للبنت، ورأى ٨٠% منهم أنها تفضل زواج الأقارب، ووافق ٧٧,٥% على أن المرأة الريفية ترى أن زيادة النسل تأمين لها ضد المخاطر في المستقبل.

١٠- وافق ٥٥% من أفراد العينة على القول بأن المرأة الريفية لها رأي في إدارة المنزل، كما وافق ٦٢,٥% منهم على أنها تهتم بنظافة منزلها.

ويمكن القول: إن تحليل الاتجاهات كشف عن العديد من النتائج أهمها:

١- أن هناك اتجاها إيجابيا نحو معالجة المرأة الريفية في وسائل الإعلام خاصة بين العاملين في المجلات النسائية مقارنة بهؤلاء الذين يعملون في الصحف العامة.

٢- أن هناك اتجاها سلبيا في النظر إلى المرأة الريفية كإنسان، فهي في رأي أغلب القائمين بالاتصال ترى قيمتها كأنثى وأنها أكثر رجعية من الرجل، ولا ترى ضرورة لتعليم الفتاة، وتلجأ إلى الوصفات الشعبية في العلاج، وتحرص على زيارة القبور والتردد على الموالد، ولا تهتم بحث أبنائها على القراءة والثقافة، وأنها تؤمن بالسحر والخرافات.

٣- هناك اتجاه ايجابي نحو دور المرأة الريفية في الإنتاج.

٤- أن الاتجاه السلبي هو السائد نحو دور المرأة الريفية في المشاركة السياسية.

٥- أن اتجاه القائمين بالاتصال في صحافة المرأة سلبي نحو الوظائف الاجتماعية التي تقوم بها المرأة الريفية كزوجة وكأم.

٦- أثبت التحليل الإحصائي عدم وجود تأثير للعمل في صحيفة ما على اتجاه أفراد العينة نحو المرأة الريفية.

٧- أن اتجاه المشرف على الجزء الخاص بالمرأة سواء أكان سلبيا أم إيجابيا ليس هو المحك الرئيسي في تفسير أسباب عدم الاهتمام بقضايا المرأة الريفية في الصحافة النسائية المصرية، فرئيس قسم المرأة في جريدة "الأهرام" على سبيل المثال لديها اتجاه شديد الإيجابية نحو المرأة الريفية، في الوقت الذي تبين من الدراسة التحليلية لصفحة المرأة "الأهرام" عدم الاهتمام بقضايا المرأة الريفية في هذه الصفحة.

سادسا: الإذاعة والتليفزيون وقضايا المرأة والتنمية في الريف المصري:

تبين من التحليل ما يلي:

١- كانت قضايا المرأة والأسرة أكثر قضايا المرأة المصرية التي عالجتها "الشبكة الرئيسية" للإذاعة المصرية (البرنامج العام) بنسبة ٤٨,٣% في حين بلغ حجم اهتمام إذاعة "القاهرة الكبرى" بهذه القضايا ٢٣,٨% من إجمالي اهتمام كل منهما بكل قضايا المرأة خلال فترة التحليل.

وجاءت قضايا المرأة والتنمية في الترتيب الأول من حيث حجم اهتمام برامج المرأة في إذاعة "القاهرة الكبرى" بنسبة ٤٣,٣%، في حين كانت نسبة هذه القضايا في "الشبكة الرئيسية" ١٦,٧% إجمالي اهتمامها بكل قضايا المرأة خلال فترة التحليل.

وتفاوتت نسبة الاهتمام بالقضايا الخاصة عن الاهتمامات التقليدية للمرأة فقد شكلت ٢٤,٩% من إجمالي القضايا المقدمة في "الشبكة الرئيسية"، ولم تتجاوز نسبتها في إذاعة "القاهرة" الكبرى "١٠,٤% من إجمالي الاهتمام بقضايا المرأة خلال فترة التحليل.

٢- احتلت قضايا المرأة الحضرية الترتيب الأول في اهتمام "القاهرة الكبرى" ونسبة مرتفعة، أما في "الشبكة الرئيسية" فكان من المنطقي التركيز على قضايا المرأة المصرية بصفة عامة.

واتضح من التحليل ضعف الاهتمام بقضايا المرأة المصرية الريفية بشكل ملحوظ في البرامج المقدمة من "الشبكة الرئيسية"؛ إذ جاءت قضايا المرأة الريفية والتنمية بنسبة ٨,٤% من إجمالي الاهتمام بقضـايا المـرأة والتنمية، ١,٨% من حجم الاهتمام بقضايا المرأة والأسرة.

ولم تتناول "القاهرة الكبرى" أية قضية تتعلق بالمرأة الريفية خلال فترة التحليل رغم غلبة سـكان الريـف على إقليم القاهرة الكبرى، كما لم تقدم أية قضية تخص المرأة البدوية، مما يعكس الاهتمام بهذه الفئـة مـن فئات المرأة المصرية.

وقد يكون هذا منطقيا بالنسبة لإذاعة "القاهرة الكبرى" حيث إن المرأة البدويـة" ليسـت مـن جمهورهـا المستهدف، ولكنه أمر غير مبرر بالنسبة للشبكة الرئيسية، فهي الإذاعة الأم التي يصل إرسالها إلى كل أنحاء مصر منها محافظات الحدود التي تعيش فيها البدو وهي خمس محافظات.

٣- جاءت قضية "تنظيم الأسرة" في مقدمة قضايا المرأة المصرية والتنمية التي اهتمت بها الإذاعـة؛ إذ بلغت نسبتها ٢٥,٩% من إجمالي ما قدم بصفة عامة، ثم جاء بعد ذلك موضوع "إكسـاب المـرأة بعض المهارات والسلوكيات العملية التي تفيدها في حياتها ٢٠,٥% ثم مقاومـة بعـض العـادات الاجتماعية المتوارثة المعوقة للتنمية بنسبة ١١,٤% أما الموضوعات التي قل الاهتمام بها فكانـت إدارة المنزل.

وتخطيط ميزانية الأسرة بنسبة ٠,٦% فقط، الأسعار والحد من ارتفاعها، تشجيع المرأة علـى ممارسـة حقوقها السياسية وتشجيعها على المشاركة في العمل النقابي، عمالة الأطفال بنسبة ١,٢% لكـل منهـا مـن إجمالي ما نشر خاص بقضايا المرأة المصرية والتنمية.

٤- كانت أهم الموضوعات الخاصة بالمرأة والتنمية التي ركزت عليها "الشـبكة الرئيسـية" (مرتبـة تنازليا) وهي:

أ- مقاومة بعض العادات الاجتماعية وتقديم نماذج لسيدات ناجحات.

ب- عمل المرأة وأهميته وتقديم نماذج لسيدات ناجحات.

ج- إكساب المرأة بعض المهارات.

د- تشجيع المرأة على العمل الاجتماعي.

ه- محو الأمية وتعليم المرأة.

و- ثقافة المرأة.

وفي الإذاعة "القاهرة الكبرى" كان ترتيب هذه الموضوعات تنازليا على النحو التالي:

أ- تنظيم الأسرة بنسبة ٥٤,٩% من إجمالي ما قدمته حول قضايا المرأة والتنمية.

ب- إكساب المرأة بعض المهارات.

ج- الجمعيات والمنظمات النسائية.

ولم تتناول إذاعة "القاهرة الكبرى" بعض الموضوعات إطلاقًا رغم أهميتها من ذلك: تشجيع المرأة على ممارسة حقوقها السياسية ونشر الوعي السياسي لديها، دور المرأة الإنتاجي، ثقافة المرأة، عمالة الأطفال.

وبالنسبة لقضايا المرأة المصرية وتنظيم الأسرة فقد كان موضوع "تربية الأبناء ورعايتهم" هو أكثر الموضوعات التي نالت اهتماما في هذا المجال بنسبة ٢٦,٨% من إجمالي تناول الإذاعة بخدمتها لقضايا المرأة والأسرة، وجاء بعد ذلك موضوع "العلاقات الأسرية" بنسبة ٢٢,٥٠% من إجمالي الاهتمام بقضايا المرأة المصرية.

وتلا ذلك بنسبة متقاربة موضوعا "صحة الأسرة ونظام الغذاء كما وكيفًا و "العلاقات الزوجية" (١٧,٥% ١٧,٢% على الترتيب).

وجاء كل من موضوعي "الحفاظ على البيئة" و"التشريعات الخاصة بالأحوال الشخصية "بنسبة محدودة ومتقاربة وهي ٢,٩%، ٢,٢% على الترتيب، وجاء بعد ذلك موضوع "رعاية أبناء المرأة العاملة ودور الحضانة" بنسبة ١,٣%.

وجاءت عدة موضوعات بتكرارين أو بتكرار واحد وهي:

قضايا المسنات، تزويج الفتيات الصغيرات لكبار السن، الزواج المبكر، الآثار المترتبة على تعدد الزوجات (بتكرارين لكل موضوع) المساواة بين الجنسين، الآثار المترتبة على مشكلة الطلاق والميراث (بتكرار واحد لكل موضوع).

ولم تتناول الإذاعة بعض الموضوعات إطلاقًا وهي: هجرة الأب للعمل بالخارج، مشاكل الأسرة المغتربة.

وفيما يتعلق بالاهتمامات التقليدية للمرأة المصرية فقد جاءت الموضوعات الخاصة بالعلاقات العاطفية في الترتيب الأول بنسبة ٢٣,٣% ثم موضوع "شئون المطبخ والطهي" بنسبة ٢١,٤% من إجمالي ما قدم حول الاهتمامات التقليدية للمرأة المصرية.

وجاءت بعد ذلك الموضوعات الخاصة بشئون المنزل بنسبة ٨,٨%، ثم الموضوعات الخاصة بالأزياء والموضة والأناقة بنسبة ٥,٦% الموضوعات الخاصة بالديكور والأثاث بنسبة ٤,٤% من إجمالي ما أذيع حول الاهتمامات التقليدية للمرأة المصرية، وقدم موضوع واحد فقط حول الريجيم والتخسيس.

٥- بالنسبة لبرنامج المرأة في التليفزيون فقد أظهر التحليل وجود تباين في أولويات الاهتمام بالموضوعات الخاصة بالمرأة المصرية بين القنوات التليفزيونية الثلاث. فكانت قضايا المرأة والأسرة أكثر القضايا التي عالجتها القناة الأولى ٣٨,٦% من إجمالي القضايا التي تناولتها، وجاءت قضايا المرأة المصرية والتنمية في مقدمة اهتمامات القناة الثانية بنسبة ٣٩,٥% وكانت الموضوعات الخاصة بالاهتمامات التقليدية للمرأة في المركز الأول بالنسبة الأولى للقناة الثالثة بنسبة ٥٦,٩% من إجمالي كل قضايا المرأة التي تتناولها كل منهم.

ويلاحظ اتفاق كل من القناة الأولى والشبكة الرئيسية في عدم الاهتمام بالقدر الكافي بقضايا المرأة والتنمية؛ إذ بلغت نسبة هذه القضايا في القناة الأولى ٣١,٤% من إجمالي اهتمامها بقضايا المرأة ككل.

وفي الوقت نفسه ظهر اختلاف بين القناة الثالثة وإذاعة القاهرة الكبرى في الاهتمام بهذه القضايا، فبينما تولي إذاعة القاهرة الكبرى قضايا التنمية اهتماما كبيرا نجد أن هذه القضايا لم تحظ بالاهتمام الكافي من جانب القناة الثالثة؛ إذ لم تزد نسبة تناولها عن ٩,٣% من إجمالي تناولها للموضوعات الخاصة بالمرأة ككل.

٦- بلغت نسبة الموضوعات الخاصة بالمرأة الريفية في القناة الأولى ٢٣,٩% من إجمالي القضايا الخاصة بكل قضايا المرأة، وتقاربت نسبة ذلك في القناة الثانية؛ إذ بلغت ٢٣,٢% من إجمالي القضايا الخاصة بكل قطاعات المرأة، ولم يظهر أي اهتمام بالمرأة الريفية في القناة الثالثة.(*)

ولم تنل المرأة البدوية أي اهتمام من جانب القنوات الثلاثة يؤكد التجاهل الواضح هذا القطاع من النساء المصريات.

٧- جاءت قضية "إكساب المرأة بعض المهارات" في المركز الأول في مجال تناول القنوات الثلاثة لقضايا المرأة المصرية والتنمية، وإن تفاوتت تلك النسبة؛ إذ بلغت ٤٨,٩% في القناة الأولى، ٨٦,٧% في القناة الثانية، كما تناولت هذه القناة أيضا موضوع" تنظيم الأسرة" بنسبة ١٣,٣% وبلغت نسبة تناول قضية "إكساب المرأة بعض المهارات "١٠٠% مما قدمته القناة الثالثة خاص بقضايا المرأة والتنمية. وتناولت القناة الأولى إلى جانب ذلك العديد من القضايا الخاصة بالمرأة والتنمية وهي (مرتبة تنازليا).

أ- محو أمية وتعليم المرأة.

ب- مقاومة بعض العادات الاجتماعية المتوارثة المعوقة للتنمية.

ج- تشجيع المرأة على الإبداع فنيا وأدبيا وعلميا.

د- قضية تنظيم الأسرة.

ه- الجمعيات والمنظمات النسائية.

أما الموضوعات التي قدمت بنسب محدودة فكانت: عمل المرأة، إدارة المنزل، وترشيد أنماط الاستهلاك، وهناك بعض الموضوعات لم يتم تناولها **إطلاقًا وهي:** نشر الوعي السياسي لدى المرأة، وتشجيعها على المشاركة في العمل النقابي، ثقافة المرأة.

وبالنسبة لقضايا المرأة المصرية والأسرة فقد شكل موضوع "صحة الأسرة ونظام الغذاء كما وكيفًا" أكثر من نصف اهتمام التليفزيون بقنواته الثلاث (٥٥,٤%) بهذه القضايا ككل، وتلا ذلك موضوع "تربية الأبناء ورعايتهم" بنسبة ٣٧,٤% من إجمالي اهتمام التليفزيون بقنواته الثلاث بهذه القضايا. وفيما عدا ذلك تم تناول موضوع "العلاقات الزوجية "بنسبة ٢,١٦% من إجمالي اهتمام التليفزيون بقنواته الثلاث بقضايا المرأة المصرية والأسرة

(*) يلاحظ أن التحليل اقتصر على برامج المرأة التي تقدم من خلال هذه القنوات، ولم يشمل غير ذلك من البرامج.

وقدمت القناة الأولى وحدها موضوعا واحدا حول الزواج المبكر وموضـوعا آخـر حـول "العلاقـات الأسرية".

وفيما عدا ذلك لم يتناول التليفزيون بقنواته الثلاث الكثير من القضايا التي تخص المرأة المصرية والأسرة إطلاقًا وهي: المساواة بين الجنسين، رعاية أبناء المرأة العاملة ومشكلة دور الحضانة، التشريعات الخاصـة بالأحوال الشخصية، الآثار المترتبة على مشكلتي الطلاق وتعدد الزوجات، الحفاظ على بالبيئة، هجـرة الأب للعمل بالخارج ومشاكل الأسرة المغتربة، المسنات، الميراث، تزويج الفتيات الصغيرات لكبار السن.

وفيما يتعلق بالاهتمامات التقليدية للمرأة المصرية فقد جاءت الموضوعات الخاصة بالأزيـاء والموضـة والأناقة في الترتيب الأول من اهتمام التليفزيون بقنواته الثلاث بهذه الاهتمامات بنسبة ٢٨,٥% وتلا ذلك كل من الموضوعات الخاصة بالديكور والأثاث، الموضوعات الخاصة بشئون المطبخ والطهي بنسـب ٢٠,٧%، ١٢,٠٧% على الترتيب من إجمالي ما عرضته القنوات الثلاث خاص بالاهتمامات التقليدية للمرأة المصرية.

وجاء بعد ذلك موضوع "شئون المنزل" بنسبة ٩,٥%، "العلاقات العاطفيـة" بنسـبة ٧,٧٦%، "التجميـل وتصفيف الشعر والمكياج" بنسبة ٦,٠٣% من إجمالي ما قدم حول الاهتمامات التقليدية للمرأة المصرية.

وقدمت القناة الأولى موضوعا واحدا حول الريجيم والتخسيس.

٨- كشفت دراسة القائمين بالاتصال في برامج المرأة في الإذاعة والتليفزيون عن وجود اختلافات بـين ترتيب أولويات القضايا التي يرى القائمون بالاتصال أنها تمثل أهم مشكلات التنميـة فـي الريـف المصري، وبين ما يقدم بالفعل من خلال هذه البرامج، فقد كان ترتيب هذه المشكلات مـن وجهـة نظرهم على النحو التالي (مرتبة تنازليا).

أ- مشكلة الأمية.

ب- الهجرة من الريف إلى المدينة.

ج- تدهور النشاط الإنتاجي للقرية.

د- زيادة النسل.

ه- المشكلات الصحية.

و- انتشار الخرافات.

ز- قلة الوعي.

أما مشاكل المرأة الريفية فكانت من وجهة نظرهم مرتبة تنازليا وهي:

أ- الأمية.

ب- زيادة النسل.

ج- الجهل بالعادات الصحية السليمة.

د- زيادة الاستهلاك.

ه- العادات الاجتماعية البالية.

في الوقت الذي لم تحفظ فيه معظم هذه القضايا والمشاكل كما سبق التفصيل بالاهتمام الكافي فيما قدمته برامج المرأة في الإذاعة والتليفزيون

٩- كشفت الدراسة الاستطلاعية لعينة من القائمين بالاتصال في برامج المرأة في الإذاعة والتليفزيون أن أغلبهم (٨٠% منهم) قد أتيحت لهم فرصة السفر إلى الريف المصري، غير أن معظم هذه الزيارات كانت بغرض زيارة الأهل وليس بهدف التغطية الإعلامية لما يحدث في ريف مصر وقراها.

كما ترى نسبة ليست قليلة (٤٠%) من القائمين بالاتصال الذين شملتهم عينة البحث أن موضوعات التنمية الريفية ومشكلات المرأة الريفية تحظى باهتمام الخدمة الإذاعية أو التليفزيونية التي يعملون بها، في حين يرى ٣٣,٣% أن هناك اهتماما إلى حد ما بهذه الموضوعات، ويرى ما يزيد على ربعهم قليلا (٢٦,٧% منهم) أن الخدمات الإذاعية أو التليفزيونية التي يعملون بها لا تعطي اهتماما لموضوعات المرأة والتنمية في الريف المصري.

١٠- تكشف كل من الدراسة التحليلية لمضمون برامج المرأة والدراسة الاستطلاعية للقائمين بالاتصال في هذه البرامج أن المرأة تشكل الغالبية من العاملين في برامج المرأة في الإذاعة والتليفزيون، خاصة بين المذيعات؛ إذ تكاد كل هذه البرامج - مع بعض الاستثناءات المحدودة - تقوم بتقديمها النساء.

كما أوضحت الدراسة أن معظمهم مؤهلات تأهيلاً جامعيا، وإن كانت نسبة المؤهلين إعلاميا بينهم تعد محدودة نسبيا (٦,٧% فقط بين أفراد عينة البحث).

وإن كان من بين الأمور التي تقلل من الآثار السلبية لذلك أن غالبيتهم (٨٧% منهم) قد حصلوا على دورات تدريبية في مجال العمل في برامج المرأة سواء قبل التعيين أو في بدايته أو في أثناء العمل، وقد نظمت غالبية هذه الدورات من خلال معهد تدريب الإذاعة والتليفزيون، إلى جانب بعض الدورات التي نظمها مركز تنظيم الأسرة بمعهد تدريب الإذاعة والتليفزيون، والمركز القومي للسكان، واليونسكو.

وقد أشار أفراد العينة إلى استفادتهم من هذه الدورات في زيادة خبراتهم ومعرفتهم بخصائص المرأة وكيفية التناول الإعلامي لمشكلاتها، ولعل هذه النتيجة تبين أهمية إنشاء معهد أو مركز مماثل لتدريب الصحفيين من خلال التعاون بين كلية الإعلام ونقابة الصحفيين والمجلس الأعلى للصحافة والمؤسسات الصحفية حتى يتاح للصحفيين مثلهم مثل الإذاعيين فرصة مستمرة ومنظمة للتدريب على مهارات العمل الصحفي ويكسبهم الخبرات المطلوبة في التعامل مع فئات الجمهور في مختلف المجالات والتخصصات، خاصة وأن هذا البحث قد كشف أن معظم الصحفيات والصحفيين العاملين في مجال صحافة المرأة لم تتح لهم الفرص الكافية للتدريب على العمل في هذا المجال.

كما اتضح من الدراسة الاستطلاعية أيضا أن معظمهم (٨٠% منهم) أُتيحت له فرص المشاركة في مؤتمرات أو ندوات تتعلق بالمرأة كما شارك ٣٣% منهم في مؤتمرات تعالج موضوعات التنمية.

وأكد هؤلاء أنهم استفادوا من حضور هذه المؤتمرات والندوات في زيادة معلوماتهم عن المرأة ودورها والتعرف على الصعوبات التي تصادفها في مجالات الأنشطة المختلفة والجهود المبذولة لزيادة فعالية دورها، مما يمكنهم من تعريف الجمهور المستمع والمشاهد بهذه الموضوعات بطريقة سليمة.

١١- من النتائج التي توصلنا إليها من الدور التحليلية أن التليفزيون كان أكثر اهتماما نسبيا من الإذاعة بالاعتماد على المتخصصين كضيوف وقائمين بالاتصال بشكل مباشر وليسوا كمجرد مصادر خاصة في مجال قضايا المرأة والأسرة؛ إذ بلغت نسبة الاعتماد عليهم خاصة الأطباء ٦٣,٣% مقابل ١٦,٩% فقط في الإذاعة من إجمالي فئات القائم بالاتصال خلال فترة التحليل، وبلغت هذه النسبة في تناول قضايا المرأة والتنمية ٣٨,٧% في التليفزيون مقابل ٢٢,٩% في الإذاعة.

وفي مجال تناول موضوعات الاهتمامات التقليدية للمرأة في التليفزيون مقابل ٢٣,٣% في الإذاعة.

ويلاحظ ارتفاع نسبة الاعتماد على فئة "فنان" كقائم بالاتصال في برامج المرأة الإعلامية بالإذاعة خاصة فيما يتعلق بقضايا المرأة والأسرة (٣٧,٧%) والموضوعات الخاصة بالاهتمامات التقليدية للمرأة (٤٧,٨%) وذلك نظرا لتعدد الفقرات الدرامية والمسلسل والأغاني التي تتناول هذه القضايا والموضوعات.

وبالنسبة لمشاركة المستمعين والمشاهدين، فقد ظهر بشكل عام - عدا بعض الاستثناء - ضعف مشاركتهم كقائمين بالاتصال في برامج المرأة في الإذاعة والتليفزيون، وإذا كان الاستثناء الوحيد هو مشاركتهم في مناقشة قضايا المرأة والتنمية في برامج المرأة بالتليفزيون حيث وصلت نسبة ذلك إلى ٢٧,٩% في حين أن نسبة مشاركتهم لم تزد في برامج المرأة بالإذاعة على ٥% فقط.

١٢- تبين من الدراسة التحليلية والدراسة المقارنة أن برامج المرأة في الإذاعة كانت موفقة في استخدامها للأشكال الإذاعية المختلفة لمعالجة قضايا المرأة والتنويع في ذلك، خاصة فيما يتعلق بقضايا المرأة والتنمية؛ إذ استخدمت بشكل كبير "الحوار" وهو شكل إذاعي جذاب للمستمع لوجود صوتين مما يؤدي إلى إثراء مادة الحوار، وكذلك استخدام "المسلسل" الذي يعد من الأشكال غير المباشرة خاصة في مجال الإرشاد والنصح، وذلك من خلال مسلسل "عيلة مرزوق" وهو من أشهر المسلسلات الإذاعية، ويتسم بمعايشة الواقع وتجسيد السلبيات وإلقاء الضوء عليها والتأكيد على القيم الإيجابية.

كما استخدمت - أيضا - "الأغاني" و "التحقيق الإذاعي".

غير أنه يؤخذ على الإذاعة استخدامها في بعض الحالات وبشكل كبير خاصة في تناول مشاكل المرأة والأسرة شكل "الحديث المباشر" الذي يعد من أضعف الأشكال الإذاعية وأقلها جذبا للمستمع.

أما الأشكال التليفزيونية المستخدمة فكانت أقل تنويعا وبعضها لم يكن يتناسب مع خصائص التليفزيون خاصة شكل "الحديث المباشر" الذي استخدم بشكل كبير (٦٦,٧%) في معالجة قضايا المرأة والتنمية رغم أنه ليس شكلاً تليفزيونيا جذابا أو صالحا لمناقشة مثل هذه القضايا الحيوية.

ويظهر أيضا استخدام "الأغنية" بنسبة محدودة وكذلك الفقرات الدرامية، التي اقتصر استخدامها على برنامج "لكل عروسين" الذي يعرض على القناة الثالثة.

كما ظهر استخدام "الإعلانات" بنسبة ليست قليلة (١٦,٣%) في معالجة بعـض الموضـوعات الخاصـة بالاهتمامات التقليدية للمرأة لكثرة الإعلانات عن الملابس الجاهزة والموبيليات والأعشاب الطبيـة ومحـلات العطارة.

١٣- يمكن القول بصفة عامة ومع استثناءات محدودة أن المعالجة الإذاعية للمـواد الخاصـة كانـت معالجة جيدة إذا اتسمت بالملامح التالية:

أ- التركيز على تناول القضايا من أكثر من زاوية أي النظر إليها بشكل متكامل وشامل.

ب- الميل إلى التحليل أي الربط بين الأسباب والنتائج عند تناول قضية ما أو مشكلة ما.

ج- من المآخذ على هذه المعالجة غلبة الاتجاهين المحايد والمتحيز عليها، وهبوط نسبة المعالجة المتوازنة؛ إذ لم تزد على ١٢,٢% من إجمالي ما أذيع.

د- كان مسار البرهنة المستند على المنفعة الذاتية هو أكثر مسارات البرهنة استخداما في المواد المذاعة التي تحمل رأيا تحاول الإقناع به بنسبة ٥٣,٣%، تلا ذلك البرهان العقلـي بنسـبة ٢٨,٥%، أما المسارات الأخرى للبرهنة فاستخدمت بنسب قليلة.

أما الملامح التي اتسمت بها المعالجة التليفزيونية فتتمثل في:

أ- التركيز بنسبة كبيرة على المعالجات التي تتناول القضايا من أكثر من زاوية.

ب- توقفت نصف المعالجات عند مستوى المعالجة المجردة والاكتفاء بسرد المعلومات، أمـا المعالجـة التحليلية فبلغت نسبتها ٢٩,٥% والمعالجة التفسيرية ٢٠,٥%.

ج- غلب على المعالجة الاتجاه المحايد (٥٢,٣% من المعالجات) وبلـغ اتجـاه المعالجـة المتوازنـة ٢٧,٣% والاتجاه المتحيز ٢٠,٤%.

د- تساوى الاستناد إلى البرهان العقلي وبرهان المنفعة الذاتية بنسبة ٣٦,٤% لكـل منهمـا. ويلاحـظ ظهور البرهان الديني بنسبة ٩,١% بالمرأة فقد ظهر أن نسبة كبيرة من هذا المضـمون اسـتهدفت المرأة بصفة عامة دون تحديد لقطاع أو فئة من النساء رغم أهمية التوجه إلى كل فئة من فئاتهم بما يتناسب مع احتياجاتها وخصائصها، ويلاحظ أن الفتاة المراهقة نالت قليلاً من الاهتمام، أما المـرأة كبيرة السن التي تجاوزت مرحلة الشباب فلم تنل أي نسبة من الاهتمام.

كما ظهر من التحليل أيضا أن المرأة الريفية بالتحديد لم تكن مستهدفة بما يتناسب مع حجمها الحقيقي فـي المجتمع.

هذا في الوقت الذي يتصور القائمون بالاتصال في برامج المرأة بالإذاعة والتليفزيون سـمات جمهـورهم المستهدف على النحو التالي:

أن غالبيتهم من النساء يقعن في الفئة العمرية من ٣٠ – ٥٠ سنة، متوسطي التعليم. ربات بيوت من سكان المدن والحضر والقرى، ينتمي غالبيتهم إلى سكان الأحياء المتوسطة.

ونعتقد أن هذا التصور – إلى حد ما – هو ما كشفت عنه الدراسة التحليلية لمضمون ما يقدم للتعرف على المستهدفين به.

١٤- يضاف إلى ذلك أن القائمين بالاتصال يرون أنهم يتوجهون إلى المجتمع الريفي بما يقـدمون مـن برامج، وأن فئات الجمهور الريفي التي يخاطبونها هي (مرتبة تنازليا من وجهة نظرهم).

أ- المرأة الريفية غير الأمية.

ب- المرأة الريفية الأمية.

ج- المرأة والرجل معا في الريف.

د- المسئولون من ذوي التأثير على المجتمع الريفي.

ويلاحظ أن التحليل كشف أن المرأة الريفية غير مستهدفة في معظم الأحيان بما يقدم من خـلال بـرامج المرأة.

١٥- ظهر من البحث محدودية ما تم تقديمه في برامج المرأة في الإذاعة المصـرية (بخـدميتها) حـول المرأة في العالم؛ إذ لم تتعرض لها سوى أربع فقرات فقط، ثلاث منها قدمتها "الشـبكة الرئيسـية" وفقرة واحدة قدمتها إذاعة "القاهرة الكبرى" وتناولت هذه الفقرات: دور المرأة العربية في تونس في تنظيم الأسرة، حياة المرأة الكويتية، نموذج للمرأة العاملة الباكستانية، تجارب الـدول الناميـة فـي مجال تنظيم الأسرة.

ولم تتناول برامج المرأة في التليفزيون بقنواته الثلاث أي قضايا تتعلق بالمرأة في العـالم خـلال فتـرة التحليل.

١٦- كانت غالبية الموضوعات العامة – غير المتصلة مباشرة بقضايا المرأة والتي تناولتها برامج المرأة في الإذاعة – هي ما يتعلق بالخدمات بنسبة ٧١,١% كما قدمت هذه البرامج بعض الموضـوعات العامة الأخرى بتكرارات محدودة وهي بعض المواد الدينية بنسبة ٦,٧%، الاهتمامـات الإنسـانية بنسبة ٤,٤% من إجمالي ما قدم من موضوعات عامة.

وقدمت الشبكة الرئيسية موضوعا واحدا يتعلق بالعلوم.

كما كانت الموضوعات الخاصة بالخدمات هي الغالبة أيضا على ما قدمه التليفزيون بقنواته الـثلاث مـن موضوعات عامة بنسبة ٦٨,٤%.

كما قدمت بعض المواد الأخرى المتعلقة بالاقتصاد والبيئة (تكرارين لكل منهما) ومادة واحدة دينية قدمتها القناة الثانية بالتليفزيون.

١٧- يلاحظ أن التليفزيون خلال فترة التحليل قدم بعض الأفلام والمسلسـلات وغيرهـا مـن الأعمـال الدرامية التي تتضمن بعض المضامين المتعلقة بقضايا المرأة، إلى جانب ما قدم خاص بذلك ضمن بعض البرامج غير برامج المرأة وكانت أهم المضامين التي طرت من خلال ذلك:

أ- بعض القضايا التنموية في الريف كتعليم الأطفال في الريف، وعمالة الأطفال في سن مبكرة، حث الشباب وتشجيعهم على استصلاح الأراضي والإقامة في الريف، بعض الإرشادات الزراعية لزيادة الإنتاج الزراعي، وذلك من خلال برنامج "سر الأرض".

ب- المغالاة في مظاهر الزواج، واقتراح استبدال الشبكة بهدية رمزية.

ج- أسس اختيار شريك الحياة.

د- علاقة الحماة بزوجة الابن.

ه- تطلع المرأة في الريف للحياة في المدينة.

و- عمل المرأة.

ز- تربية الأبناء.

ح- العلاقات الزوجية.

ط- الطلاق والخلافات الزوجية، وتأثيرها على الأبناء.

ي- المشكلة السكانية، وبالذات في الريف.

ك- الميراث.

ل- عمل المرأة كموديل في الإعلان.

وحملت هذه المضامين الكثير من القيم الإيجابية، مثل: التنمية والتعليم والمشاركة والعمل والترشيد والبساطة والأمومة والتضحية والمودة والتعاطف والتعاون.

الفصل الثاني

النتائج والتفسيرات

أولاً:

لم تهتم وسائل الإعلام الجماهيري في مصر بشكل عام مع بعض الاستثناءات بقضـايا المـرأة والتنميـة بالقدر الكافي والمطلوب.

إذ احتلت القضايا الخاصة بالمرأة والتنمية (المرأة المصرية عامة وليست المرأة الريفية فحسب) الترتيـب الثاني في أولويات اهتمام كل من الجرائد اليومية والجرائد الأسبوعية.

وجاءت في مؤخرة اهتمام كل من المجلات الأسبوعية والمجلات النسائية المتخصصة، وكـذلك الشـبكة الرئيسية للإذاعة قياسيا لإجمالي اهتمامها بقضايا المرأة المصرية (بنسبة ١٦,٧%).

وبلغت نسبة اهتمام القناة الأولى من التليفزيون بهذه القضايا ٣١,٤%.

ونالت هذه القضايا اهتماما ملحوظًا في كل من إذاعة القاهرة الكبرى والقناة الثانية للتليفزيـون؛ إذ بلغـت نسبة ذلك ٤٣,٣% من إجمالي اهتمام إذاعة القاهرة الكبرى (وإن اقتصر ذلك على قضايا التنميـة والمـرأة المصرية الحضرية).

وبلغت نسبة ذلك ٣٩,٥% من إجمالي اهتمام القناة الثانية بالتليفزيون قياسا لإجمالي اهتمامها بكل قضـايا المرأة المصرية.

وقد بلغ الاهتمام بقضايا المرأة المصرية في وسائل الإعلام الجماهيري ككل ٢٣,٦% من إجمالي الاهتمام بكل قضايا المرأة المصرية والأسرة ٣٦,٩%، ووصلت نسبة تناول الموضـوعات الخاصـة بالاهتمامـات التقليدية للمرأة المصرية (كالأزياء والطهي والتنظيف..) ٣٩,٥%.

ثانيا:

ظهر من التحليل الغياب شبه الكامل للاهتمام بقضايا المرأة المصرية الريفية فلم تتجـاوز نسـبة تنـاول قضاياها في الجرائد اليومية ٢,٣% فقط، وفي الجرائد الأسبوعية ٩,٥% من إجمالي تنـاول القضـايا التـي تخص كل قطاعات المرأة المصرية، رغم أن إحدى الجريدتين الأسبوعيتين وهي جريدة "التعـاون" موجهـة أصلاً للقرويين في ريف مصر، غير أن نسبة اهتمامها بقضايا المرأة الريفية لم تزد على ١٢,٢% فقط مـن إجمالي اهتمامها بكل قضايا المرأة المصرية بكل قطاعاتها.

ولم يظهر أي اهتمام بالمرأة الريفية في المجلات العامة، في حين وصل حجم اهتمامها بالمرأة الحضـرية وحدها إلى ٩٧,٥% من إجمالي الاهتمام بقطاعات المرأة المصرية.

أما حجم الاهتمام بقضايا المرأة المصرية الريفية في المجلات النسائية المتخصصة (حواء ونصف الـدنيا) فلم يزد على ٠,٧% فقط (خمسة تكرارات معالجة قضايا كل قطاعات المرأة المصرية التي بلغت ٧,٢ تكرار في المجلتين معا).

وجاءت قضايا المرأة الريفية والتنمية بنسبة ٨,٤% من إجمالي اهتمام الشبكة الرئيسية للإذاعة المصـرية بقضايا المرأة المصرية والتنمية، ١,٨% من حجم الاهتمام بقضايا المرأة والأسرة.

ولم تتناول إذاعة القاهرة الكبرى أية موضوعات تتعلق بالمرأة الريفية (خلال فترة التحليل) رغـم غلبـة سكان الريف على إقليم القاهرة الكبرى (الذي يضم محافظات القاهرة والقليوبية والجيزة).

وبلغت نسبة الموضوعات الخاصة بالمرأة الريفية في القناة الأولى للتليفزيـون المصـري ٢٣,٩% مـن إجمالي الاهتمام بالموضوعات الخاصة بكل قطاعات المرأة المصرية.

وبلغ حجم الاهتمام بهذه الموضوعات في القناة الثانية للتليفزيون المصري ٢٣,٣% من إجمـالي تناولهـا لكل قضايا المرأة المصرية بكافة قطاعاتها، ولم يظهر أي اهتمام بالمرأة الريفية في القناة الثالثة للتليفزيـون رغم أن هذه القناة هي خدمة تليفزيونية تستهدف إقليم القاهرة الكبرى أيضا.

ومن العرض السابق يظهر أن التليفزيون كان أفضل وسائل الاتصال الجماهيري المصرية فـي اهتمامـه النسبي بتناول بعض قضايا المرأة الريفية.

إما وسائل الإعلام الجماهيري الأخرى وهي الإذاعة والجرائد العامة (اليومية والأسـبوعية) والمجـلات النسائية المتخصصة فلم يتضح وجود مكان ملائم للمرأة الريفية على خريطتها.

وإجمالا فقد بلغ حجم الاهتمام بقضايا المرأة الريفية قياسا لكل ما قدم في وسـائل الإعـلام الجمـاهيري المصرية خلال فترة التحليل بتناول قضايا المرأة المصرية بكل قطاعاتها ٣,٦% في حين اسـتأثرت المـرأة المصرية الحضرية بنسبة ٤٠,٤% ولم تنل المرأة البدوية إلا حيزا محدودا للغاية لم يتجاوز ٠,١%.

ثالثًا:

اتضح من البحث أيضا أن الدول المتقدمة استأثرت بالاهتمام الأكبر في ترتيب أولويات اهتمـام وسـائل الإعلام الجماهيري المصرية بالمرأة غير المصرية في مختلف دول العالم.

إذ احتلت الترتيب الأول في كل الصحف المصرية عدا المجالات النسائية المتخصصة، حيث شغلت فـي هذه المجلات الترتيب الثاني بين دوائر اهتمامها بكل فئات المرأة في العالم.

أما في الإذاعة والتليفزيون فقد كان تناول المرأة في العالم محدودا، فلم يتم تناولها إطلاقًا في التليفزيـون، وتم تناول بعض قضاياها في الإذاعة في أربع فقرات فقط، فقرتين عن المرأة العربية وفقرة واحدة عن المرأة في الدول الإسلامية، وفقرة واحدة عن المرأة في الدول الإسلامية وفقرة واحدة عن المرأة في الدول النامية.

وبشكل عام فقد حظيت المرأة في الدول المتقدمة بنسبة ٣٦,٣% من إجمالي اهتمام كل وسـائل الإعـلام الجماهيري المصرية خلال فترة التحليل بكل قضايا المرأة في العالم، في حين لم تنل المرأة العربيـة سـوى ٧,٦%، والمرأة في الدول الإسلامية ٤,٧% والمرأة في الدول النامية ٨,٣% من إجمالي الاهتمام بكل قضايا المرأة في العالم.

رابعا:

١- يمكن القول أن الملامح الغالبة على صورة المرأة المصرية كما قدمتها وسائل الإعلام الجماهيري في مصر مع استثناءات قليلة تتمثل فيما يلي:

١/١ : النظرة للمرأة كأنثى (جنس فقط) وليس إنسانًا (بصرف النظر عن جنسه يرتبط بمشكلات مجتمعه ويسهم في تنميته.

فأدوار المرأة المصرية – من وجهة نظر هذه الوسائل – هي دورها كامرأة وأنثى في الترتيب الأول، ثم دورها كزوجة وأم في المقام الثاني، وهناك إهمال إلى حد كبير للاهتمام بدور المرأة المصرية كمواطنة تشارك في بناء مجتمعها.

٢/١ : تظهر هذه الوسائل المرأة على أنها مهتمة بالمظاهر والتشكيلات وتلهث وراء أحدث الموضوعات والتقليعات، لا شيء سوى الاهتمام بزينتها وأناقتها وجمالها.

٣/١ : كما تقدم المرأة المصرية أحيانًا على أنها عاطفية سطحية تفضل الراحة والمكوث في البيت بعد تخرجها من الجامعة وعدم العمل خارجه، وتسعى بكل الوسائل لإرضاء رجل في حياتها (زوجا.. صديقًا..) قد يكون مترددا أو مغرورا أو شكاكًا. (*)

وموضوع ثان في العدد الصادر في ١٩٩٢/٧/٢٣.

٢- لا تختلف هذه الصورة كثيرا عن صورة المرأة المصرية عند القائمين بالاتصال في الإعلام النسائي في وسائل الإعلام الجماهيري المصرية والتي تتمثل ملامحها فيما يلي.

١/٢ : طرح ثلث أفراد العينة القائمين بالاتصال بعض الملامح التي يرون من خلالها أن المرأة المصرية كائنًا سلبيا غير قادرة على اتخاذ القرارات، سطحية مسرفة، تشكل عائقًا أمام التنمية، وأنها عاطفية ونكدية أحيانًا.

٢/٢ : طرح ثلث أفراد هذه العينة فقط بعض الملامح الإيجابية لصورة المرأة المصرية على أنها نشطة تقوم بأعمال مفيدة لمجتمعها.

١/٣ : أنها كائن سلبي على هامش الحياة متخلفة عبدة للرجل مسكينة مغلوبة على أمرها مقهورة مطحونة، تتحكم فيها عادات موروثة وتعاني من الأمية، والمرض، قليلة الحيلة، وهي تفتقر إلى الوعي، وتعطي بلا حدود دون أن يكون لها أية حقوق، وأنها أيضا غير قادرة على التفكير الصائب، سطحية غير قادرة على اتخاذ أية قرارات وهي كثيرة الإنجاب، وتعمل من أجل الحصول على المال فقط.

(*) هناك تركيز كبير على هذه النوعية من الموضوعات التي تعالج العلاقة الخاصة بين الرجل والمرأة خاصة في بعض المجلات، مثل: مجلة "صباح الخير" وهي علاقات في الغالب تبدو فيها المرأة كأنها لا تستطيع الحياة أو الاستمرار بدون الرجل حتى ولو كان هذا الرجل يعاني من عقد نفسية أو اجتماعية.

(من نماذج ما نشر: الموضوع الذي نشر في العدد الصادر في ١٩٩٢/٧/١٦م)

٢/٣ : المرأة الريفية عند قلة من القائمين بالاتصال في الإعلام النسائي منتجة ومشاركة في التنمية وتعمل في صمت، بل إنها أحيانًا تكون أنشط من المرأة الحضرية تدير دفعة التنمية إلى جانب الرجل، وهي مضحية تشارك في أحداث الحياة وتتميز بحسن التدبير والذكاء، وهي مساوية لزوجها تماما.

ورغم أن هناك تناقضا واضحا بين ملامح هذه الصورة عند الغالبية والأقلية من القائمين بالاتصال في الإعلام النسائي، إلا أن الغالب هو أن صورة المرأة الريفية عند هؤلاء القائمين بالاتصال يغلب عليها سمات الضعف والسلبية والجهل، وأنها مغلوبة على أمرها تعاني من تسلط الرجل.

ومما لا شك فيه أن هذه النتيجة تؤكد أن وسائل الإعلام الجماهيري في مصر تتحمل جانبا كبيرا من مسئولية تكريس الأوضاع السيئة التي تعاني منها المرأة المصرية عامة، والمرأة الريفية خاصة، نتيجة تأثر الرأي العام بالصورة التي تقدمها هذه الوسائل عن المرأة وترسخها في الأذهان.

ووسائل الإعلام لا تقتصر مسئولياتها على تصوير الوضع المختل على حاله، بل تزيد في تعميق هذا الاختلال، فهي تظهر المرأة الريفية مستهينةً بذاتها معتمدةً على الرجل، ويعوزها المنطق، وتؤمن بالخرافات، ولا تتحكم في عواطفها.

وهذه الوسائل كان يمكنها أن تسهم بدور مهم في الحث على تغيير هذه الأوضاع لو أنها تخلت عن تركيزها على هذه الصور غير الإيجابية، وسعت إلى تهيئة الرأي العام ومساعدته على تقبل صورة إيجابية للمرأة تقوم على المساواة بين الجنسين نظريا وفعليا للحد من انعزال المرأة عن الرجل، ومساعدتها على الاندماج في المجتمع.

وقد أكددت العديد من البحوث العلمية(*) أن وسائل الإعلام الجماهيري يمكن أن تساعد في دمج المرأة الريفية في التنمية إذا ساعدت في إزالة الأسباب التي تضعف من مشاركة المرأة الريفية في برامج التنمية ومشروعاتها ومن أهمها: أميتها، نظرة المجتمع الريفي لها، نظرتها لنفسها، واعتقادها أن حل مشكلات المجتمع هي مسئولية الرجل وحده وأن دورها يقتصر على رعاية أسرتها.

(*) من نماذج هذه البحوث:

١- ليلى عبد المجيد: "دور وسائل الاتصال الجماهيري في إدماج المرأة في التنمية" في مؤتمر المرأة والتنمية، جامعة الأزهر والمجلس الأعلى للشئون الإسلامية بوزارة الأوقاف، أبريل ١٩٩١م.

٢- ماجي الحلواني: "دور وسائل الإعلام في القضاء على أمية المرأة العربية "مجلة الدراسات الإعلامية" ع ٤٩، أكتوبر نوفمبر ١٩٨٧م.

٣- عاطف عدلي العبد: "دور الإذاعة الصوتية في تغيير النظرة التقليدية للمرأة في القرية، دراسة ميدانية في قرية مصرية" ، رسالة ماجستير غير منشورة - كلية الإعلام – جامعة القاهرة، ١٩٧٩م.

٤- سلوى عبد الحميد الطويل :"دور المرأة في عمليات التنمية الريفية، دراسة ميدانية في إحدى قرى مركز بلقاس "رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدراسات الإنسانية، جامعة الأزهر، ١٩٧٩م.

٥- إبراهيم عبد الرحمن حسن عودة: "الإعلام وتنمية المجمع المحلي، دراسة سوسيولوجية بمدينة العريش حول تأثير الإعلام في مجال التنمية بعد الاحتلال الإسرائيلي" رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الآداب، جامعة الزقازيق، ١٩٨٨م.

٦- سامية الجندي: "واقع القرية المصرية وآفاق مستقبل التنمية للمرأة أو الطفل في الريف" في مؤتمر المرأة والتنمية، جامعة الأزهر بالاشتراك مع المجلس الأعلى للشئون الإسلامية، القاهرة، أبريل ١٩٩٢م.

خامسا:

يمكن القول بشكل عام أن وسائل الإعلام الجماهيري عدا الإذاعة في معظم الأحيان لم توفق في الكيفية التي عالجت بها قضايا المرأة المصرية خاصة المرأة الريفية.

واتسمت هذه المعالجات بالملامح التالية:

١- التوقف عند مستوى المعالجة السردية التقريرية دون الاهتمام الكافي بالتفسير والتحليل.

٢- السلبية عند طرح القضايا الخاصة بالمرأة، وعدم تبني موقف أو رأي واضح في كثير من الأحيان، إضافة إلى بعض المعالجات الأخرى والتي بدأت فيها وسائل الإعلام متحيزة لوجهة نظر بعينها في الغالب هي وجهة نظر وسيلة الإعلام دون السماح للآراء الأخرى بأن تعبر عن نفسها.

٣- المعالجات الجزئية لمشاكل المرأة المصرية دون تناولها بشكل متكامل من كل زواياها.

٤- اعتمدت معظم وسائل الإعلام الجماهيري على المتخصصين والمتخصصات كمصادر لمادتهم الإعلامية بنسبة كبيرة، وإن كان يؤخذ على وسائل الإعلام أن معظمها كان يعتمد اعتمادا محدودا على مساهمات القراء والقارئات والمستمعين والمستمعات والمشاهدين والمشاهدات، وإن وجدت بعض الاستثناءات في هذا المجال.

وتفصيلاً لذلك:

١- مالت الصحف اليومية والجرائد الأسبوعية إلى الاكتفاء عند معالجة قضايا المرأة المصرية بالمعالجة التقريرية وسرد المعلومات، أي التوقف عند مستوى المعالجة المجردة مستخدمة الأشكال الإخبارية بشكل كبير.

وظهر اتجاه محدود لتقديم تغطية تفسيرية وتحليلية لبعض هذه الموضوعات واختلفت السجلات الأسبوعية فيما بينها، وبينما مالت مجلة "صباح الخير" إلى المعالجة التحليلية والتفسيرية واستخدام الأشكال الاستقصائية (حديث صحفي، تحقيق صحفي..) اتجهت مجلة "أكتوبر" نحو الاكتفاء بسرد المعلومات والتوقف عند مستوى المعالجة المجردة دون تفسير الحقائق أو الأحداث وتحليلها، رغم كونها مجلة أسبوعية لديها الوقت الكافي للقيام بهذه المهمة.

أما مجلتا "حواء" و "نصف الدنيا" فقد اتجهتا نحو المعالجة التحليلية والتفسيرية للموضوعات الخاصة بالمرأة، وإن ظهر في معالجتها لثلث هذه الموضوعات تقريبا اكتفاؤها بالمعالجة التقريرية والتسجيلية.

وكانت المعالجة الإذاعية بشكل عام ومع بعض الاستثناءات جيدة فمالت إلى التحليل. أما المعالجة التليفزيونية فقد توقفت في حالات كثيرة عند مستوى المعالجة المجردة والاكتفاء بسرد المعلومات دون تحليلها وتفسيرها.

٢- لم تهتم الصحف العامة – يومية وأسبوعية – كثيرا بطرح الآراء المختلفة ووجهات النظر المتعددة حول بعض قضايا المرأة، كما بدت سلبية عند طرحها لبعض القضايا فلم تطرح رأيا واضحا أو معلنًا؛ مما يعكس عجزها عن تبني موقف أو الدفاع عن اتجاه معين أو التصدي بشجاعة كافية للمشاكل التي تواجه المرأة.

وحتى في الحالات القليلة التي طرحت فيها رأيها فإنها اكتفت بذلك دون أن تسعى لطرح الآراء الأخرى؛ مما يعكس محاولة فرض وجهة نظر معينة على القراء دون طرح وجهات النظر الأخرى حتى يتسنى للقراء التقييم والحكم وتحبيذ وجهة نظر معينة.

وكان الاتجاه إلى المعالجة المحايدة واضحا في المجلات الأسبوعية، فلم تبدي رأيا في الكثير من الأحيان، وإن ظهر اتجاه واضح للمعالجة المتحيزة في مجلة "صباح الخير" أي التركيز على وجهة نظـر المجلـة (أو الكاتب أو المحرر) دون وجهات النظر الأخرى.

وتميل المجلات النسائية المتخصصة إلى المعالجات المتحيزة، والتركيز على وجهـة نظـر واحـدة دون إفساح المجال لوجهات النظر الأخرى.

وظهر في الصحف – بشكل عام، جرائد ومجلات عامة ونسائية متخصصة – انخفاض نسـبة اسـتخدام مواد الرأي، ومحدودية الاستعانة برسائل القراء في معظم هذه الصحف.

وعاب المعالجة الإذاعية – بشكل عام، مع وجود بعض الاستثناءات – غلبة الاتجاهين المحايد والمتحيـز فيما طرحت من آراء، كما غلبت على المعالجة التليفزيونية المعالجات المحايدة السلبية الاتجاه.

٣- عند مناقشة بعض مشاكل المرأة فإن الصحف اليومية – عكس الجرائد الأسبوعية – تكتفي – فـي أغلب الأحيان – بعرض زاوية واحد فقط كالاكتفاء بتناول أسباب المشكلة فقط أو مظاهرها فقط أو طرح بعض الحلول لها فقط، دون أن تقدم معالجة متكاملة تجمع بين أكثر من زاويـة مـن هـذه الزوايا.

وكان الغالب في المجلات العامة عند طرح مشاكل المرأة المصرية الاكتفاء بعرض مظاهر المشكلة دون تناول أسبابها أو الاهتمام بطرح بعض الحلول المناسبة لها.

أما المجلتان النسائيتان المتخصصتان (حواء ونصف الدنيا) فقد ركزتا - عند تناول بعض مشاكل المـرأة - على تقديم معالجة متكاملة وشاملة تتناول أكثر من زاوية (أسباب المشكلة ومظاهرها وطرح بعض الحلول لها).

وكانت المعالجة الإذاعية والتليفزيونية – في هذا المجال – موفقة؛ إذ كانت تتناول معظم قضايا المرأة من أكثر من زاوية بشكل متكامل وشامل.

٤- تعتمد الصحف اليومية والمجلات العامة بنسبة كبيرة على المتخصصات كمصادر للمادة الصـحفية الخاصة بالمرأة، وكان الاعتماد على هذه الفئة من المصـادر محـدودا فـي المجـلات النسـائية المتخصصة (حواء ونصف الدنيا) إذ اعتادت هذه المجلات على نشر الكثير من موضـوعاتها دون تحديد مصادر المعلومات الواردة بها.

ولا تهتم الجرائد الأسبوعية بالاستعانة بالمتخصصين والمتخصصات كمصادر لمادتها الصحفية.

وكان الاعتماد على هذه الفئة محدودا كمصادر للمادة الإذاعية الخاصة بالمرأة، في الوقـت الـذي كـان التليفزيون أكثر اهتماما من الإذاعة بالاستعانة بالمتخصصين والمتخصصات كمصادر للمـادة التليفزيونيـة الخاصة بالمرأة.

ومن الملاحظات السلبية أن معظم وسائل الإعلام الجماهيري لا تفسح المجال بالقدر الكـافي للمـواطنين والمواطنات من القراء والمستمعين والمشاهدين للتعبير عن أنفسهم ولا تعتمد عليهم بالقدر المطلوب كمصادر لمادتها الإعلامية.

إذ ظهر ضعف نسبة الاعتماد على القراء والقارئات في الصحف اليومية وإن كانت جريدة "الأخبار" تعتبر استثناء في هذا المجال، كما كان هذا هو الاتجاه نفسه في المجلات العامة عدا مجلة "صـباح الخيـر" التـي تميزت باستعانتها بالقراء والقارئات بشكل كبير وفي المجلات النسائية المتخصصة (حواء ونصف الدنيا).

كما اتضح ضعف نسبة الاستعانة بالمستمعين والمشاهدين كمصادر للمادة الإذاعية والتليفزيونية الخاصـة بالمرأة، ولم تهتم الجرائد الأسبوعية إطلاقًا بالاستعانة بالقراء والقارئات.

من خلال مقارنة نتائج هذا البحث بالنتائج التي توصلت إليها البحوث والدراسات السابقة التي تناولـت قضايا المرأة المصرية وصورتها في وسائل الإعلام المصرية (ثبت كامل بهذه البحوث ملحق بالبحث) يمكن أن نصل إلى أهم الملامح التالية:

١- هناك تحسن في اتجاه هذه الوسائل نحو توجيه مزيد من اهتمامها للقضايا الأخرى بالمرأة غير تلك الموضوعات المتعلقة بالاهتمامات التقليدية للمرأة المصرية (كالاهتمام بجمالها وأدوارهـا بـالمنزل وما تمارسه من مهام في هذا المجال في المطبخ والطهي والعناية بشئون المنزل).

إذ هبطت إلى حد ما نسب الاهتمام بهذه الموضوعات التي تؤكد على الأدوار التقليدية للمرأة المصرية في مقابل مزيد من الاهتمام بقضايا المرأة المصرية والأسرة وعلاقتها الاجتماعية والزوجية ومسئولياتها كأم في عملية التنشئة الاجتماعية، ورعاية أسرتها صحيا ونفسيا واجتماعيا قياسا لما أسفرت عنـه نتـائج البحـوث السابقة.

غير أن الاهتمام بقضايا المرأة والتنمية ما زال دون المستوى المطلوب والمأمول.

وتفصيلاً لذلك:

١/١ : اتفقت نتائج هذا البحث إلى حد كبير مع نتائج البحوث السابقة التي أشارت إلى أن وسائل الإعلام المصرية (الصحف اليومية والأسبوعية والمجلات العامة ومجلة حواء النسائية المتخصصة وبرامج المرأة في الإذاعة والتليفزيون والأفلام السينمائية والدراما الإذاعية والتليفزيونية) - ما زالت تركز على الأدوار التقليدية للمرأة كزوجة وأم وربة بيت أكثر من تركيزها على أدوارها كامرأة عاملـة تشارك في التنمية والإنتاج والحياة السياسية واتخاذ القرار وكمبدعة.

٢/١ : أن موضوع "تربية الأبناء ورعايتهم" وكذلك موضوع "صحة الأسرة ونظام الغذاء كما وكيفًا" ما زال أكثر الموضوعات التي تهتم بها الصحف اليومية والأسبوعية، وهو ما توصلت إليه نتائج البحث السابقة، وإن اختلف ذلك في المجلات العامة التي ظهر أن أكثر اهتمامها انصب على موضوع "العلاقات الزوجية "بما يمثل ثلثي اهتمامها بقضايا المرأة المصرية والأسرة، وهذا يختلف مع نتائج البحوث السابقة التي أشارت إلى أن المجلات الأسبوعية شأن الصحف اليومية والأسبوعية ركزت على تربية الأبناء والمعاملات الأسرية.

٣/١ : ما زالت مجلة "حواء" توجه أغلب اهتمامها إلى الموضوعات الخاصة بالاهتمامات التقليدية للمرأة المصرية كالموضة والطهي والتجميل وشئون المنزل، كما وجهت المجلة اهتمامها في المقام الثاني للموضوعات المتعلقة بالعلاقات الزوجية وتربية الأبناء، وهو ما يتفق إلى حد كبير مع نتائج البحوث السابقة التي أكدت أن مجلة "حواء" تركز على الاهتمامات التقليدية للمرأة المصرية، والعلاقات الأسرية، وموضوعات التربية، وأن قضيتا الحب والزواج تحتل مكانة متقدمة في اهتمامها.

وجدير بالإشارة أنه لم يجرؤ أي بحث سابق لتحليل مضمون مجلة "نصف الدنيا" وهي أيضا مجلة نسائية متخصصة لأنها لم تصدر إلا في بداية التسعينيات من هذا القرن.

غير أن نتائج هذا البحث كشفت عن الاتفاق النسبي وإلى حد كبير بين أولويات اهتمام مجلة "نصف الدنيا" وأولويات اهتمام مجلة "حواء" مع وجود بعض الاختلافات مثل الانخفاض إلى حد ما في نسبة اهتمام مجلة "نصف الدنيا" بالاهتمامات التقليدية للمرأة المصرية مقابل مجلة "حواء" (٣٤,٦% مقابل ٣٩,٩% على الترتيب).

٤/١ : كما اتفقت أولويات اهتمام برامج المرأة في الإذاعة والتليفزيون - كما ظهر من هذا البحث - مع نتائج البحوث السابقة إلى حد ما، فقد جاءت قضايا المرأة المصرية والأسرة في مقدمة اهتمامات كل من إذاعة البرنامج العام، والقناة الأولى بالتليفزيون، وجاءت قضايا المرأة المصرية والتنمية في مقدمة اهتمام كل من إذاعة القاهرة الكبرى والقناة الثانية بالتليفزيون.

وإن ظهر اختلاف في تفاصيل الموضوعات التي تم تناولها؛ إذ اتضح من هذا البحث أن أهم القضايا التي تم التركيز عليها في الإذاعة كانت قضية "تنظيم الأسرة" ثم موضوع إكساب المرأة بعض المهارات والسلوكيات العلمية" في حين كانت أهم القضايا والموضوعات التي تم التركيز عليها كما ظهر من نتائج البحوث السابقة هي "المعاملات الزوجية، العلاقات العائلية والزوجية"، "طرق إعداد الأطعمة" "التعرف بالأمراض".

أما في التليفزيون فقد كانت أهم الموضوعات التي ركزت عليها برامج المرأة – كما اكتشفت نتائج البحوث السابقة – هي "تعليم المهارات الحرفية والصناعات المنزلية وصيانة الأجهزة المنزلية" وهو الموضوع الذي جاء في الترتيب الأول في هذا البحث بالنسبة لاهتمام قنوات التليفزيون الثلاث بقضايا المرأة المصرية والتنمية.

إلى جانب ذلك أوضحت نتائج البحوث السابقة أن من بين الموضوعات الأخرى التي حظيت بالاهتمام في برامج المرأة في التليفزيون الموضوعات الخاصة "بتنمية الحـس الجمـالي للمـرأة"، "وتربيـة الأبنـاء" و "المشكلات الزوجية".

٢- اتفقت نتائج هذا البحث مع نتائج البحوث السابقة في أن وسائل الإعلام المصرية ما زالـت تهمـل الكثير من القضايا المتعلقة بتنمية المرأة المصرية ودمجها في عمليات التنمية في مجتمعها.

وقد ظهر من هذا البحث أن أهم هذه الموضوعات كلية أو التي يتم تناولها من جانب هذه الوسائل بشكل محدود وضئيل هي:

١- محو أمية المرأة المصرية وخاصة المرأة الريفية.

٢- عمل المرأة والمشاكل المترتبة على محاولتها التوفيق بين عملها خارج المنزل ومسئوليتها داخله.

٣- قوانين الأحوال الشخصية وتشريعاتها.

٤- المشاركة السياسية للمرأة المصرية، ونشر الوعي السياسي لديها، وتشجيع المرأة على المشاركة في العمل النقابي.

٥- المساواة بين المرأة والرجل.

٦- عمالة الأطفال.

٧- الجمعيات والمنظمات النسائية.

٨- مقاومة بعض العادات الاجتماعية المعوقة للتنمية.

٩- ثقافة المرأة.

في حين ظهر من نتائج البحوث السابقة أن أهم الموضوعات التي أهملتها وسـائل الإعـلام المصـرية تماما، أو عالجتها بشكل محدود للغاية هي:

١- قضايا تعليم المرأة ومحو أميتها.

٢- تولي المرأة للمناصب الإدارية العليا.

٣- المشاكل التي تواجه المرأة العاملة.

٤- التوعية السياسية للمرأة وحثها على ممارسة حقوقها السياسية.

٥- نشاط المرأة الأدبي والفني والنقابي.

٦- قضايا الأحوال الشخصية.

٧- المساواة بين الرجل والمرأة.

٨- ترشيد الاستهلاك والمشكلات الاقتصادية في المجتمع.

٣- اتفقت نتائج هذا البحث تماما مع النتائج التي توصلت إليها البحوث السابقة، والتي أكدت انعـدام أو ضآلة الاهتمام بالمرأة المصرية الريفية وقضاياها في وسائل الإعلام المصرية عدا النتائج الخاصـة بالتليفزيون والتركيز بشكل أساسي على قضايا المرأة المصرية الحضرية خاصة بين الشرائح العليا أو المتوسطة، وإهمال المرأة الحضرية في الأحياء الشعبية.

ولكن من الملاحظ أنه في الوقت الذي كشفت نتائج البحوث السابقة - التي طبقت على مجلـة "حـواء" - أنها لا تقترب كلية من مشاكل المرأة في الريف، أظهر هذا البحث أن المجلات النسائية المتخصصة (حـواء ونصف الدنيا) اهتمت ببعض الموضوعات التي تخص المرأة المصرية الريفية بنسبة ضـئيلة (٠,٧% مـن إجمالي تكرارات معالجة قضايا كل قطاعات المرأة المصرية).

كما حدث تغيير نسبي في اهتمام الإذاعة والتليفزيون بقضايا المرأة الريفية، ففي الوقت الذي ظهـر مـن البحوث السابقة أن نسبة الفقرات التي استهدفت المرأة الريفية في برامج الإذاعة بلغت ٥,٦٥% من إجمـالي كل الفقرات المقدمة، اتضح من هذا البحث ارتفاع نسبة ما قدم متعلقا بقضايا المرأة الريفية فـي "البرنـامج العام" بالإذاعة إذ وصل إلى ٨,٤% من إجمالي كل ما عالجته من قضايا خاصة بالمرأة المصرية والتنمية و ١,٨% من إجمالي اهتمامها بقضايا المرأة والأسرة، وكانت البحوث السابقة قد توصلت إلى أن برامج المرأة المصرية في التليفزيون لم توجه أية رسائل إعلامية إلى المرأة الريفية والبدوية، غير أنه ظهر من هذا البحث أن "القناة الأولى" بالتليفزيون قد خصصت ٢٣,٩% لقضايا المرأة المصرية، كما خصصت لها "القناة الثانيـة" بالتليفزيون ٢٣,٣% من أجمالي تناولها لكل قضايا المرأة المصرية بكل قطاعاتها.

ويمثل هذا تطورا ايجابيا وملموسا في الاهتمام بقضايا المرأة المصرية الريفية، خاصـة وأن التليفزيـون كوسيلة إعلام جماهيري له أهميته ومكانته الخاصة بالنسبة للنساء الريفيات التي ترتفع بينهن نسبة الأمية.

٤- تتفق نتائج هذا البحث أيضا من نتائج البحوث السابقة فيما يتعلق بالفئات العمرية للمرأة المصـرية التي توجه إليها وسائل الإعلام المصرية اهتمامها، وتحرص على تلبية احتياجاتها، إذ ما زالت هذه الوسائل تركز على الاهتمامات الخاصة بالناضجات والشـابات، وتهمـل احتياجـات المراهقـات والمسنات مع وجود بعض الاستثناءات.

٥- ما زالت صورة المرأة المصرية كما تقدمها وسائل الإعلام الجماهيري التي تم تحليل مضمونها في هذا البحث هي نفسها الصورة السلبية التي كشفت عنها نتائج البحوث السابقة، وإن حـدث بعـض التحسن النسبي المحدود.

وتتسم هذه الصورة – في البحوث السابقة – بالتقليدية إلى حد كبير – من خلال التأكيد على الدور الأنثوي التقليدي للمرأة كأنثى وأم ضمن علاقات اجتماعية غير متكافئة، مع وجود اتجاه نحو تصوير المرأة كمخلوق عاطفي وسلبي لا قيمة لها ولا كيان، وأنها غير قادرة على التخطيط واتخاذ القـرارات، والتنفيـر مـن دور المرأة العاملة، وتظهر المرأة كتابعة للرجل الذي يشكل محور تفكيرها والذي تعمل على إرضـائه وخدمتـه والتضحية من أجله.

كما تصور المرأة خاصة في الأفلام والدراما التليفزيونية والإعلانات التليفزيونية كموضوع للجنس، دائمة الاهتمام بمظهرها وأناقتها لتكسب إعجاب الرجل، كما تستغل الإعلانات صورة المرأة وصوتها كأداة للجذب الجنسي، وكطعم لإغراء الرجل وتشجيعه على الاستهلاك.

بل إن صورة المرأة التي تقدم في برامج الأطفال التليفزيونية تستهدف إقناع الأطفال بقبول فكرة النقـيض الأنثوي، والتفرقة بين الجنسين، وتؤكد سيطرة الذكور مقابل تبعية الإناث لهم.

وقد ظهر من هذا البحث أن صورة المرأة المصرية في وسائل الإعلام ما زالت تركـز عليهـا كـأنثى وموضوع للجنس وليس كإنسان - بصرف النظر عن جنسه - ارتبط بمشكلات مجتمعه ويسهم في تنميتـه، وأن المرأة تظهر على أنها سطحية تهتم بالمظاهر والشكليات وأن الرجل هو محور حياتها.

كما أن المرأة الريفية تقدم في صورة بعيدة كل البعد عن حقيقتها سواء من ناحية مظهرهـا الخـارجي أو أسلوب التخاطب أو المكياج أو من حيث قضاياها ذاتها.

كما أن مقارنة نتائج هذا البحث بالنتائج التي توصلنا إليها من خلال الدراسة الاستطلاعية القبليـة (أي التي تمت قبل إجراء البحث) سواء لمضمون وسائل الإعلام الجمـاهيري الخـاص بـالمرأة، أو الدراسـة الاستطلاعية لعينة من القائمين بالاتصال في مجال الإعلام النسائي في وسائل الإعلام الجماهيري (التفاصيل الكاملة لهذه الدراسة الاستطلاعية في المقدمة – مشكلة البحث ومنهجه) تكشف لنا عن المؤشرات التالية:

١- اتفقت النتائج التي توصل إليها البحث تماما مع ما كشفت عنه الدراسة الاسـتطلاعية فيمـا يتعلـق بغياب الاهتمام شبه الكامل، بل والكامل في بعض وسائل الإعلام الجماهيري كـالمجلات العامـة بقضايا المرأة المصرية الريفية، في الوقت الذي استحوذت فيه المرأة الحضرية على القدر الأكبـر من هذا الاهتمام، خاصة بعض قطاعات المرأة الحضرية. من الطبقات العليا والمتوسطة.

٢- كمنا اتفقت نتائج البحث أيضا من نتائج الدراسة الاستطلاعية فيمـا يتعلـق بموقـع الموضـوعات الخاصة بالمرأة المصرية والتنمية في ترتيب أولويات اهتمام وسائل الإعلام الجمـاهيري بقضـايا المرأة المصرية ككل؛ إذ جاءت هذه الموضوعات في ترتيب متأخر في معظم الصـحف اليوميـة والأسبوعية والمجلات العامة والمجلات النسائية المتخصصة، وإن كانت هناك بعض الاسـتثناءات المحدودة مثل جريدة "التعاون" الأسبوعية.

٣- يلاحظ وجود اختلاف نسبي في ترتيب أولويات اهتمام بعض هذه الوسائل بالقضايا المختلفة للمـرأة المصرية، كما ظهرت من نتائج البحث مقارنة بنتائج الدراسة الاستطلاعية على النحو التالي:

١/٣ : في الوقت الذي ظهر من الدراسة الاستطلاعية أن الموضوعات الخاصة بالاهتمامـات الخاصـة بالاهتمامات التقليدية للمرأة جاءت في الترتيب الأول لكل من جريدتي "الأهرام" و "الوفد" في حـين جاءت القضايا الخاصة بالمرأة والأسرة فـي الترتيـب الأول لكـل مـن جريـدتي "الأخبـار و "الجمهورية"، اتضح من نتائج البحث نفسه أن القضايا الخاصة بالمرأة والأسرة جاءت في الترتيـب الأول في صحف "الأهرام" و "الأخبار" و "الجمهورية"، في حين ظلت الاهتمامات التقليدية للمـرأة المصرية تحتل الترتيب الأول لاهتمامات جريدة "الوفد".

٢/٣ : اتفقت النتائج الخاصة بترتيب الاهتمام بهذه القضايا في الجرائد الأسبوعية؛ إذ ظلت الاهتمامات التقليدية تشكل الترتيب الأول من اهتمامات جريدة "أخبار اليوم" وظلت القضايا الخاصة بالمرأة والتنمية في الترتيب الأول في جريدة "التعاون".

٣/٣ : ظلت الموضوعات الخاصة بالاهتمامات التقليدية للمرأة تحتل الترتيب الأول في اهتمامات المجلات العامة الأسبوعية.

٤/٣ : حدث اختلاف واضح في ترتيب اهتمام المجلتين النسائيتين "حواء" "ونصف الدنيا" بقضايا المرأة المصرية؛ إذ كانت القضايا الخاصة بالمرأة والأسرة تشغل الترتيب الأول من اهتمامها في الدراسة الاستطلاعية (٤٧,٥% في مجلة "حواء"، ٥٧% في مجلة "نصف الدنيا" من إجمالي اهتمام كل منهما بقضايا المرأة المصرية)، في حين ظهر من نتائج البحث نفسه أن اهتمام كل منهما بقضايا المرأة المصرية هي التي احتلت الترتيب الأول في كل منهما (٥٢% في مجلة "حواء" مقابل ٦٥,٤% في مجلة "نصف الدنيا" من إجمالي اهتمام كل منهما بقضايا المرأة المصرية).

واتضح من تحليل نتائج البحث أيضا ارتفاع نسبة اهتمام مجلة "حواء" بقضايا المرأة والتنمية إلى ١٨,٢% من إجمالي اهتمامها بقضايا المرأة المصرية مقابل ١٥% فقط من الدراسة الاستطلاعية، وهبوط نسبة اهتمام مجلة "نصف الدنيا" بقضايا المرأة المصرية والتنمية إلى ٩,٨% من إجمالي اهتمامها بقضايا المرأة المصرية مقابل ٢,٧% في الدراسة الاستطلاعية.

٤- اتفقت نتائج البحث مع نتائج الدراسة الاستطلاعية – إلى حد كبير – فيما يتعلق بنوع القائمين بالاتصال في مجال الإعلام النسائي، فقط حين كان كلهن في الصحف اليومية من المحررات في الدراسة الاستطلاعية، ظهر أن أغلبهن من المحررات في نتائج البحث نفسه، وأغلبهن من المحررات في الصحف الأسبوعية في كل من الدراسة الاستطلاعية والبحث نفسه.

وينتمي القائمون بالاتصال في المجلات العامة الأسبوعية (أي من المحررات والمحررين) في الدراسة الاستطلاعية إلى الجنسين، في حين أن أغلبهم من المحررات في نتائج البحث نفسه.

أما في المجلات النسائية المتخصصة فقد اتفقت نتائج الدراسة الاستطلاعية ونتائج البحث نفسه في أن القائمين بالاتصال في المجلتين هم من الجنسين (من المحررات والمحررين معا).

٥- اتفقت كل من نتائج الدراسة الاستطلاعية ونتائج البحث نفسه - فيما يتعلق بأسلوب معالجة الموضوعات الخاصة بالمرأة، فهي معالجة تقريرية تسجيلية في الصحف اليومية وبعض الصحف الأسبوعية والمجلات العامة، وهي تفسيرية وتحليلية في المجلات النسائية المتخصصة ومعظم المجلات العامة.

٦- ظهر من الدراسة الاستطلاعية لعينة من القائمين بالاتصال في مجال الإعلام النسائي في وسائل الإعلام الجماهيري أن الإذاعة والتليفزيون أكثر حرصا من الصحف على تزويد العاملين فيهما بالمهارات الأساسية في مجال العمل الإعلامي من خلال تنظيم العديد من الدورات التدريبية لهم مما كان له أثره الفعال – في رأيهم – في زيادة خبرتهم ومعرفتهم بخصائص المرأة وكيفية التناول الإعلامي لمشكلاتها وقضاياها.

كما أن القائمين بالاتصال في الإعلام النسائي في الإذاعة والتليفزيون أكثر حرصا من القائمين بالاتصال في هذا المجال على متابعة المؤتمرات والندوات التي تتعلق بالمرأة والتنمية.

وأكدت نتائج البحث نفسه أن العاملين في أقسام المرأة بالصحف العامة أكثر رغبة في تطوير قدراتهم الصحفية، من زملائهم العاملين في المجلات النسائية المتخصصة من خلال المشاركة في بعض المؤتمرات التي تعالج قضايا المرأة، وكذلك بالسفر إلى الخارج لتغطية بعض الأحداث الخاصة بالمرأة، وهم أكثر إحساسا بحاجتهم إلى دورات تدريبية لتنمية مهاراتهم الاتصالية، والتعرف على طبيعة المشكلات التي تواجه المرأة المصرية في المجالات المختلفة.

٧- اتفقت نتائج الدراسة الاستطلاعية لعينة من القائمين بالاتصال في الإعلام النسائي من نتائج البحث نفسه في أن نسبة كبيرة من هؤلاء القائمين بالاتصال لم تتح لهم فرص السفر إلى الريف لتغطية الموضوعات المرتبطة بالمرأة الريفية ومعايشة واقع المرأة الريفية عن قرب، ويظهر هذا بوضوح أكبر في الصحف، هذا رغم أن الذين أتيحت لهم هذه الفرصة أكدوا أن هذه الزيارات كان لها انعكاساتها الايجابية على معالجتهم لقضايا المرأة الريفية.

٨- اتفقت أيضا نتائج مع نتائج الدراسة الاستطلاعية في أن الأمية – في رأي القائمين بالاتصال – تمثل أبرز المشكلات التي تواجه المرأة.

وأن طرح هؤلاء القائمين بالاتصال – في نتائج البحث نفسه – مشكلة عدم وعي المرأة الريفية بأهمية دورها في المجتمع في الترتيب الثاني، في حين طرح القائمون بالاتصال في عينة الدراسة الاستطلاعية مشكلة زيادة النسل في الترتيب الثاني.

٩- كذلك اتفقت نتائج الدراسة الاستطلاعية فيما يتعلق برأي القائمين بالاتصال لمدى اهتمام صحفهم بقضايا المرأة الريفية؛ إذ رأت الغالبية العظمى منهم أن صحفهم لا تهتم بدرجة كبيرة بقضايا المرأة الريفية.

١٠- هناك اتفاق أيضا إلى حد كبير فيما طرحه القائمون بالاتصال – في عينة البحث وعينة الدراسة الاستطلاعية – على وجود صعوبات تواجه مشاركة المرأة الريفية في التنمية.

وكانت هذه الصعوبات – عند عينة الدراسة الاستطلاعية لوسائل الإعلام الجماهيري – تتمثل في: الأمية، القيود الاجتماعية (العادات والتقاليد السائدة في الريف)، غياب الوعي، الأوضاع الاقتصادية، عدم إقناع النساء الريفيات بأن مشاركتهن سوف تسهم في حل مشاكل التنمية، المشكلات المعيشية والأسرية.

أما هذه الصعوبات من وجهة نظر القائمين بالاتصال في عينة الصحف العامة في البحث نفسه فكانت: الأمية، زيادة حجم الأسرة، عدم اقتناع الأزواج ونظرة المجتمع الريفي للمرأة، اعتقاد النساء أن حل مشكلات المجتمع هي مسئولية الرجل وحده، زيادة حجم الأسرة، قلة وقت الفراغ، إهمال التدريب المهني للريفيات.

١١- ظهر اتفاق – إلى حد كبير – في ترتيب لموضوعات التي ترى عينة القائمين بالاتصال في الإعلام النسائي في الدراسة الاستطلاعية وعينتهم في البحث نفسه أنه من الضروري أن يهتم بها الإعـلام النسائي لدفع المرأة الريفية للمشاركة في التنمية.

وكانت هذه الموضوعات عند عينة الدراسة الاستطلاعية: التعليم ومحو أمية المرأة الريفية، تنظيم الأسرة، التربية السليمة للأبناء، الصناعات المنزلية، العمل والإنتاج، الصحة العامة، المشـاركة السياسـية، التـوفير والاقتصاد.

أما عينة القائمين بالاتصال في الصحف العامة في البحث نفسه فقد رأوا أن هذه الموضوعات هي: الدعوة إلى تعليم ومحو أمية المرأة الريفية، تنظيم الأسرة، التوسع في مشروعات تشغيل المـرأة الريفيـة، التربيـة السليمة للأبناء، عمل المرأة الريفية، تدريب القيادات النسائية، التوعيـة السياسـية، الـدعوة إلـى ترشـيد الاستهلاك.

تفسير نتائج البحث:

بعد استعراضنا للخلاصات التي انتهي إليها البحث، فإن السؤال المهم والأساسي الذي لا بد وأن يطـرح نفسه هو:

لماذا هذا الإهمال أو التجاهل لقضايا المرأة الريفية في وسائل الإعلام الجماهيري المصرية؟ وما العوامل التي تؤثر بشكل أو بآخر على التناول الإعلامي لقضايا المرأة والتنمية في الريف المصري، وتؤثر بدرجة أو بأخرى على أداء الإعلاميين في هذا المجال؟

هناك العديد من العوامل والتفسيرات التي قد تفسر جانبا من هذه المشكلة، والتي قد يحتاج بعضها إلى مزيد من البحث العلمي.

وأهم هذه العوامل:

أولا:

إن القرية المصرية نفسها برجالها ونسائها لا تحظى بالاهتمام الكافي من وسائل الإعلام الجماهيري المصرية بما يتناسب مع حجمها الحقيقي في المجتمع، فرغم أن سكان الريف يمثلون أكثر من نصف سكان المجتمع المصري، إلا أن معالجة قضاياهم ومشكلاتهم – ومن بينها قضايا المرأة الريفية – لا تحظى باهتمام موازٍ من جانب وسائل الإعلام، فالمساحات والأوقات التي تخصصها هذه الوسائل لمعالجة قضايا الريف المصري محدودة للغاية إذا ما قورنت بالوزن الفعلي للريف في المجتمع المصري.

كما أن وعي هذه الوسائل بالأوضاع الراهنة للقرية المصرية جزئي والحديث عن بعض مشاكل الريف كالإسكان والخدمات يتم تناوله بشكل هامشي وعرضي عند مناقشة مشاكل الخدمات في المدن الكبرى خاصة القاهرة للتأكيد على انعكاساتها السيئة على القاهرة.

ورغم وجود مخاطر أساسية – في الوقت الراهن – تجاه القرية المصرية إلا أن وسائل الإعلام الجماهيري لا توليها أهميتها الواجبة، وتغفل تماما التعرض لبعضها، ولا تقوم بدورها في إعداد المواطنين في الريف وتهيئتهم للتعبير عن آرائهم ومشاركتهم وتنمية قدراتهم ومهاراتهم.

وأغلب ما يقدم عن الريف المصري هدفه في الأساس تقرير الواقع ودعم السياسات الرسمية القائمة.(*)

خلاصة القول إذن أنه من المنطقي أن تهمل هذه الوسائل المرأة الريفية ما دام الوعاء الأكبر الذي تنتمي إليه وهو الريف المصري مهملاً.

ثانيا:

إن موضوع (المرأة) بالذات حضرية وريفية والتعرض لمشاكلها وقضاياها من الموضوعات ذات الحساسية تاريخيا واجتماعيا؛ (إذ يمثل وضعا اجتماعيا ذا جذور متعددة) خاصة وأن بعض قضايا المرأة (مثل المساواة بين الجنسين، عمل المرأة وأوضاعها المهنية والوظيفية، قوانين الأحوال الشخصية، المشاركة السياسية للمرأة، تنظيم الأسرة، الحركة النسائية...) هي قضايا خلافية مثيرة للجدل والاختلاف الشديد بين أصحاب الرؤى الاجتماعية المختلفة.

ويرجع هذا لأسباب راسخة في البنى الاجتماعية والاقتصادية والسياسية ولعوامل حضارية، ولن يتسنى إيجاد الحلول لهذا الوضع إلا بإحداث تغيرات جذرية.

وكما سبق الإشارة فهناك ثلاثة اتجاهات فكرية – على الأقل – في هذا المجال.

الاتجاه التقليدي المحافظ: الذي يرى في المرأة الكائن الضعيف جسما وعقلاً، ويرى وظيفتها في الزوجة والأمومة، ويتعلل بعض أصحاب هذا الاتجاه بتعاليم الدين، ويرون في خروج المرأة للعمل واختلاطها بالرجل فسادا وإفسادا، وإن كان بعضهم لا يرى بأسا من تعليم المرأة.

واتجاه يمثل الأغلبية: ويتسم بالتحرر النسبي في المجالين الاقتصادي والاجتماعي، ولكنه لا يتحمس لمشاركة المرأة في العمل السياسي، ويعترف لها أصحاب هذا الاتجاه بحق التعليم والعمل، ولكنه يشترط ضرورة أن يتناسب هذا مع طبيعة المرأة – من وجهة نظرهم – مثل التعليم والتمريض.

اتجاه متحرر: يساوي بين المرأة والرجل في الحقوق والواجبات ويرى أن المرأة إنسان قادر على العمل والإبداع وممارسة الحرية، وتحمل تبعاتها، فتجاوز التخلف – في رأي أصحاب هذا الاتجاه – لن يكون إلا بقيام المرأة وهي نصف المجتمع بدورها دون أن تتخلى عن مسئولياتها الأسرية.

(*) لمزيد من التفصيل انظر: ليلى عبد المجيد: "قضايا الريف المصري في وسائل الاتصال الجماهيري في مصر، الواقع والتصور المستقبلي" (التقرير الأول) وحدة بحوث الاتصال الجماهيري المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، القاهرة، ١٩٩٣م.

وواقع الأمر أن المناخ الثقافي الراهن يفتقر – إلى حد كبير – إلى لغة الحوار والمناقشة الموضوعية، ويسود التعصب للرأي من جانب أصحاب كل اتجاه أو تيار فكري، والنتيجة أن بعض الإعلاميين يخشون إثارة بعض القضايا الحيوية الخاصة بالمرأة كمشاركتها السياسية مثلاً لأنها محل جدل وخلاف – خاصة بين بعض المتشددين دينيا أو المتعصبين فكريا ضد المرأة.

ونظرا لهذا المناخ فإن غالبية الإعلاميين يفضلون الابتعاد عن مناقشة مثل هذه القضايا التي قد تجعلهم أحيانًا محل اتهامات قد تصل أحيانًا إلى اتهامهم بالكفر.

وهذا ما أكدته نتائج هذا البحث سواء ما يتعلق بتحليل المضمون الخاص بالمرأة في وسائل الإعلام الجماهيري المختلفة أو دراسة القائمين بالاتصال في الإعلام النسائي.

إذ كشف تحليل المضمون على أن من بين الموضوعات الخاصة بالمرأة - والمهملة كلية أو يتم تناولها بشكل محدود -: ما يتعلق بعمل المرأة وقوانين الأحوال الشخصية وتشريعاتها، المشاركة السياسية للمرأة المصرية، المساواة بين المرأة والرجل، الجمعيات والمنظمات النسائية.

كما ذكر القائمون بالاتصال أنفسهم أن من بين الموضوعات التي لا تجد فرصة للنشر ما يتعلق بمواد قانون الأحوال الشخصية، مشاكل المرأة العاملة ودور المرأة السياسي، الجماعات الإرهابية والقهر الذي تمارسه على النساء.

ثالثًا:

السياسات الإعلامية Communication التي تحكم عمل وسائل الإعلام الجماهيري في مصر وتنعكس في ممارستها.

والتي تتمثل أهم ملامحها فيما يتعلق بالمرأة فيما يلي:

١- اعتبار الأجزاء الصحفية الخاصة بالمرأة وبرامج المرأة في الإذاعة والتليفزيـون ضـمن المـواد الخفيفة والطريفة والمسلية، ولا تدخل ضمن نوعية المواد الإعلامية الجادة؛ مما ينعكس في معالجة هذه الوسائل للموضوعات الخاصة بالمرأة.

٢- إعلاء قيمة الخبر، والتغطية الإخبارية السريعة السطحية غالبا على حساب التغطية التفسيرية الأكثر عمقًا والتي تعطي الأحداث والأخبار الجزئية أبعادها ودلالاتها ومعانيها الحقيقية وتضعها في سياقها العام.

٣- الميل إلى الإثارة والمعالجات الأكثر جذبا للجمهور بصرف النظر عن قيمتها الحقيقية فـي حياتهـا سعيا وراء الربح السريع، وتستخدم المرأة في هذا الإطار – كوسـيلة لجـذب الانتبـاه والتـرويج بالتركيز عليها – فيما تقدمه وسائل الإعلام – كأنثى وكجنس لإثارة الغرائز خاصة في الإعلانـات والدراما والصور المنشورة في الصحف.

ويظهر فيما كشفت عنه نتائج البحث كثير من الحقائق التي تؤكد ذلك، ومن ذلك الاهتمام الكبير الذي تخصصه هذه الوسائل للموضوعات الخاصة بالاهتمامات التقليدية للمرأة المصرية خاصة ما يتعلق بالموضة والأزياء والتجميل، كذلك من خلال صورة المرأة المطروحة من خلال هذه الوسائل كموضوع للجنس دائمة الاهتمام بمظهرها وأناقتها لتكسب إعجاب الرجل، واستغلال صوت المرأة وصورتها في بعض الإعلانات للجذب الجنسي، وكطعم لإغراء الرجل وتشجيعه على الاستهلاك.

٤- القيم الصحفية والإعلامية السائدة، والتي يتم على أساسها التقييم والاختيار لما ينشـر أو يـذاع أو يعرض من خلال وسائل الإعلام الجماهيري والتي في ضوئها لا يعتبر ما حـدث خبـرا يسـتحق النشر أو الإذاعة إلا إن كان مثيرا؛ إما لغرابته أو خروجه عن المـألوف أو لاتصـاله بتصـرفات وأفعال وتحركات الشخصيات البارزة أو المشهورة بعيدا عن النماذج الإنسانية البسيطة.

فعلى سبيل المثال حينما أرادت إحدى الصحف اليومية المصرية أن تقدم نموذجا للصلابة والإرادة والنجاح قدمت روزا كيندي أم الرئيس الأمريكي الأسبق جون كيندي، رغم وجود عشرات الألوف أو مئات الألوف من المصريات اللائي يتميزن بالصلابة والإرادة.

٥- إعطاء أفضلية الموضوعات الخفيفة مقارنة بالموضوعات الجادة ويبدو هذا – واضحا جليا – فـي إعطاء الموضوعات الخاصة بالموضة والأزياء والتجميل أفضلية.

وهذا ما اتضح من نتائج البحث حيث أعطت معظم وسائل الإعلام الجماهيري أولوية الموضوعات المتعلقة بالاهتمامات التقليدية للمرأة المصرية (الاهتمام بجمالها وأدوارها في المنزل وما تمارسه من مهام في هذا المجال)، كما أهملت هذه الوسائل – تماما أو بقدر كبير – الاهتمام ببعض الموضوعات المهمة والجادة المتعلقة بالمرأة المصرية مثل تعليم المرأة ومحو أميتها والمشاركة السياسية، ثقافة المرأة، مقاومة بعض العادات الاجتماعية المعوقة للتنمية، المساواة بين الجنسين، عمالة الأطفال، الجمعيات والمنظمات النسائية.

رابعا:

غياب الإدراك الكافي والضروري من جانب بعض القيادات الإعلامية خاصة القيادات الصحفية لأهميـة أقسام المرأة في الصحف، وقد أشار لهذا عدد من القائمات بالاتصال في الصحف مؤكدات أن ذلك من أهـم المشكلات التي تواجه عملهن، هذا إلى جانب عدم الإدراك الكافي لدى القائمين بالاتصال في مجال الإعـلام النسائي لجمهورهم الحقيقي وسماته وخصائصه واحتياجاته الحقيقية والفعليـة، والاعتمـاد للتعـرف علـى الجمهور وفهم خصائصه على التصورات والانطباعات غير الدقيقة في كثير من الأحيان، عدم الاستناد إلـى أي أسس أو أساليب علمية جادة، أو على الأقل الاحتكاك المباشر بواقع المرأة، فكما كشفت نتائج هذا البحـث فإن صورة المرأة الريفية عند القائمين بالاتصال تكونت عن طريق متابعتهم للمؤتمرات التي تناقش قضـايا المرأة الريفية، ما يقدم عنها من خلال وسائل الإعلام، في الوقت الذي أثبتت فيه العديد من البحوث العلميـة أن هذه الوسائل تقدم صورة للمرأة الريفية مشوهة وغير حقيقية وبعيدة أحيانًا عن الواقع. فالقائمون بالاتصال نادرا ما يعايشون المرأة الريفية عن قرب للتعرف على احتياجاتها الفعلية، وفهم نفسيتها وواقعها الاجتماعي.

ويترتب على ذلك عدم إدراكهم بالقدر الكافي لخصائصها، ومن مؤشرات ذلك أنه عندما وجه أعضاء فريق البحث العديد من الأسئلة ضمن مقياس لاتجاهات القائمين بالاتصال نحو المرأة الريفية إلى عينة القائمين بالاتصال ظهرت نسبة عالية من إجاباتهم تحت فئة "غير متأكد" بلغت ٤٠% في بعض الأسئلة.

خامسا:

من بين العوامل التي تؤثر على الأداء الإعلامي في مجال قضايا المرأة والتنمية ما يتعلق بخصائص القائمين بالاتصال، العاملين في هذا المجال، وانتماءاتهم وتأهيلهم وتدريبهم واتجاهاتهم والصور النمطية الثابتة في أذهانهم عن الريف والمرأة الريفية والمفاهيم التقليدية المسيطرة على نظرتهم لأدوار المرأة.

ومن ذلك على سبيل المثال:

١- رغم أن غالبية القائمين بالاتصال - كما أوضحت عينة البحث - ليسوا من أصول ريفية، مما يزيد من احتمال ضعف اهتمامهم بالريف وقضاياه على اعتبار أنهم ليسوا من أبنائه، غير أنه ثبت من هذا البحث أن هذا ليس معيارا ثابتًا، فبعض الذين أجابوا بأن لهم أصول ريفية، ظهر أن صلتهم قد انقطعت بهذه الأصول والجذور بعد فترة قصيرة من استقرارهم بالقاهرة.

٢- كشفت نتائج البحث أن ٣٧,٥% من أفراد عينة البحث من القائمين بالاتصال في مجال الإعلام النسائي ذكروا أنهم غير مقتنعين حقيقة بدور المرأة في المجتمع. وهذه النسبة ليست قليلة، خاصة إذا أضفنا إلى ذلك نسبة غير المتأكدين (أي الذين قالوا إنهم غير متأكدين إذا كان لها دور في المجتمع أو لا) والتي بلغت ١٢,٥% من إجمالي أفراد عينة البحث ومعظم هؤلاء في الغالب منعهم الخجل من الاعتراف بدور المرأة في المجتمع.

ومن البديهي أن مثل هؤلاء لن تكون لديهم القدرة على إقناع الجمهور بدور المرأة في المجتمع.

٣- اتضح من البحث أيضا أن اتجاهات ٤٠% من أفراد عينة البحث من القائمين بالاتصال في الإعلام النسائي سلبية نحو المرأة الريفية، ووصلت هذه النسبة في مجلة "حواء" إلى ٣٠%، وفي مجلة "نصف الدنيا" إلى ٤١% وفي الصحف العامة إلى ٤٤,٤%.

فالمرأة الريفية كإنسانة في رأي أغلب هؤلاء القائمين بالاتصال ترى قيمتها كأنثى وهي أكثر رجعية من الرجل لا ترى ضرورة لتعليم الفتاة، وتلجأ إلى الوصفات الشعبية في العلاج، وتحرص على زيارة القبور والتردد على الموالد، ولا تهتم بحث أبنائها على القراءة والثقافة، وهي تؤمن بالسحر والخرافات.

كما كانت اتجاهاتهم سلبية أيضا فيما يتعلق بالأدوار الاجتماعية للمرأة الريفية ومشاركتها السياسية، وإن كانت اتجاهاتهم ايجابية نحو دورها في الإنتاج.

وإن كان تحليل التباين في اتجاه واحد قد يكشف عدم وجود تأثير للعمل في صحيفة ما على اتجاه أفراد العينة نحو المرأة الريفية، كما أن اتجاه المشرف على صفحات المرأة أو المسئول عن تحرير المجلات النسائية ليس المحك الرئيسي في تفسير أسباب عدم الاهتمام بالمرأة الريفية.

٤- رغم تأثير عامل الكفاءة المهنية لدى القائمين بالاتصال على أدائهم الإعلامي في مجـال الإعـلام النسائي، غير أن نتائج البحث أكدت عدم الاهتمام بالتدريب للقائمين بالاتصال في صحافة المرأة في الوقت الذي يعتبر هذا التدريب عملية مهمة، فضلاً عن إحسـاس الإعلاميـين أنفسـهم بأهميتـه وضرورته.

ويتم هذا التدريب بشكل مستمر ومنظم للقائمين بالاتصال في برامج المرأة في الإذاعة والتليفزيون.

ولما كانت نتائج البحث قد أوضحت أن المعالجة الإذاعية والتليفزيونية لقضايا المرأة أفضل – إلى حد مـا – من معالجة الصحف لهذه القضايا، فإن هذا يعطي مؤشرا قابلاً للاختبار حول تأثير مستوى التأهيل المهني على كفاءة الأداء الإعلامي بدرجة أو بأخرى.

سادسا:

بعض معوقات النظام الإعلامي المصري الراهن وتأثيرها على الأداء الإعلامي في مجال معالجة قضـايا المرأة ومشاكلها:

يمكن القول – بشكل عام – إن النظام الإعلامي السائد يتميز بعدم التوازن، وأن هناك فئـات اجتماعيـة محرومة إعلاميا، وعلى رأسها المرأة.

فمن الملاحظ أن وسائل الإعلام الجماهيري كثيرا ما تلتزم الصمت إزاء بعض الأحداث التي تهم الجمهور القارئ أكثر من غيرها، وقد يكون ذلك نتيجة إهمال أو عدم مبالاة من جانب هذه الوسائل، غير أنه قد يكون في حالات أخرى أمرا متعمدا أو مقصودا.

والدليل على ذلك إن القائمين بالاتصال أنفسهم قد ذكروا أن من بين المواد الإعلامية التي لا تجد فرصـة المناقشة في وسائل الإعلام ما يتعلق بقوانين الأحوال الشخصية ورغم تأثيرها المباشر على المرأة والأسرة، بل وعلى المجتمع نفسه.

وترجع سمة عدم التوازن في النظام الإعلامي المصري على الكثير من الأمور من بينها:

١- حرية الإعلام، والمدى المسموح به لممارستها، فالأوضاع القانونية والتشـريعات المنظمـة لعمـل وسائل الإعلام الجماهيري خاصة الصحافة وتأثيرها على الممارسات الإعلامية، موضع الكثير من الانتقادات من جانب الإعلاميين والقانونيين وأساتذة الجامعات والشخصيات العامة والمفكرين.(*)

فهذه التشريعات تهدف إلى إحكام قبضة الدولة على المؤسسات الإعلامية وتجعل هذه المؤسسات تلتزم في الغالب بالسياسات الحكومية دون نقدها.

(*) لمزيد من التفاصيل: نقابة الصحفيين: مجلة "الصحفيون" العدد ٨١٢، يناير ١٩٩١ تحت عنوان: "مناقشـات سـاخنة فـي جلسات الاستماع" وأيضا نقابة الصحفيين: مجلة "الصحفيون" العدد ١٣، مايو ١٩٩١ نص بيان وتوصيات المؤتمر العـام الثاني للصحفيين المصريين، ص ١٩٦ – ٢٠٠.

٢- الضغوط الاقتصادية المتعلقة بنمط ملكية وسائل الإعلام الجماهيري ومصـادر تمويلهـا، فأنمـاط الملكية التي يسمح بها قانون سلطة الصحافة رقم ١٤٨ لسنة ١٩٨٠ تقلل من فرص صدور صحف جديدة تغطي الاحتياجات المحلية، والصحف التي تصدر حاليا تقل فيها فرص المشاركة الجماهيرية في الاتصال، وتركز على ما يحدث في القاهرة، وعلى أكثر تقدير بعـض عواصـم المحافظـات الكبرى، أما الاهتمام بالريف فيها فمحدود.

وإمكانية تحقيق التنوع وصدور صحف جديدة تعبر بالفعل عن الاهتمامات والاحتياجات المختلفة مرهـون بتعديل أنماط الملكية المسموح بها قانونًا.

أما الراديو والتليفزيون فإنهما مملوكان للدولة، ويديرهما اتحاد الإذاعة والتليفزيون، وأي إذاعات محلية أو قنوات تليفزيونية محلية تنشأ في إطار هذا الاتحاد.

ولا بد أن نضع في الاعتبار الاحتياجات التمويلية اللازمة لإصدار صحيفة جديدة أو إنشاء إذاعة محليـة جديدة، فالمصادر الحالية للتمويل في الصحف – على سبيل المثال – لا تغطي التكـاليف الباهظـة لعمليـة الإصدار وحصولها على الإعلانات يتوقف على مكانتها وسمعتها وانتشارها وتوزيعها الكبير.

٣- طابع المركزية الذي ما زال يسيطر إلى حد كبير على طبيعة عمل هذه الوسائل، فالصحف الكبرى كلها تصدر من القاهرة، وتركز أساسا على الأحداث ذات الطابع الوطني واهتمامات شـرائح مـن السكان في المدن غالبا، أما اهتماماتها بما يحدث في القرى فمحدود، كما يلاحظ قلة أو ندرة وجود مراسلين دائمين للصحف خارج القاهرة، والموجودون بالفعل على ندرتهم من غير الصحفيين غالبا.

وقد انعكس ذلك في تناول وسائل الإعلام الجماهيري لقضايا المرأة المصرية ومشكلاتها كما كشفت عنها نتائج البحث؛ إذ اتضح أن هذه الوسائل ركزت على اهتمامات واحتياجات قطاعات نسائية بعينها تتركز فـي الحضر والمدن الكبرى، بل وعلى قطاعات معينة من نساء هذه المدن من بين اللائي ينتمين إلـى الطبقـات الاجتماعية العليا والمتوسطة.

والصحف المحلية التي تصدر في المحافظات خارج القاهرة تعاني الكثير من المشـاكل ومعظمهـا يكـاد يكون صورا مشوهة من صحف العاصمة، ولا تهتم بما يحدث داخل مجتمعاتها المحلية بالقدر الكافي، كمـا أنها لا تصدر بشكل منتظم وتوزيعها محدود، بالتالي قدرها محدود.

كما أن الاتجاه نحو إنشاء إذاعات محلية، وقنوات تليفزيونية محلية اتجاه تام، غير أن هذه الإذاعـات مـا زالت لا تغطي كل محافظات مصر، كما أن الرسالة الإعلامية المبثوثة من خلالها ما زالت رسمية الطـابع وخالية من التنوع.

والملاحظ أن المضمون المقدم من خلال الصحف المحلية أو الإذاعات وقنوات التليفزيون المحلية تركـز أساسا على ما يحدث داخل عواصم المحافظات ومدنها الكبرى أكثر من اهتمامها بريـف هـذه المحافظـات وقراها.

٤- ما زالت وسائل الإعلام الجماهيري المصرية تلعب دور التابع والمنقاد بدلاً من الدور الواجب والمنتظر منها، وهو دور المبادر أو القائد أو الموجه للاهتمام والمحدد للأوليات.

فهذه الوسائل تتصور أن دورها أساسا هو مجرد ملاحقة ومتابعة الاهتمامات الرسمية بقضايا المجتمع أو قطاع معين من مواطنيه، وأن عليها أن تبرر هذا الاهتمام وتسانده، ويستمر هذا الاهتمام من جانبها طالما استمر الاهتمام الرسمي، وينتهي مع ضعفه وانعدامه.

وقد ظهر من تحليل المضمون لما قدم عن المرأة الريفية في وسائل الإعلام الجماهيري خلال فترة التحليل أنها تحتل مواقع أو أوقات مهمة في النشر أو الإذاعة إذا ارتبطت بنشاطات السيدة حرم رئيس الجمهورية، ومن أجل متابعة جهودها في هذا المجال.

كما أن بعض القائمين بالاتصال في الإعلام النسائي أرجعوا عدم اهتمامهم بالمرأة الريفية لأسباب عدة على رأسها إهمال المسئولين لقضايا المرأة في الريف، واعتبر القائمون بالاتصال أن ذلك مبررا منطقيا لعدم اهتمامهم بها.

٥- ضعف المشاركة الجماهيرية في الاتصال، فمعظم العمليات الاتصالية رأسية وليست أفقية، وهي تتم من اتجاه واحد وليست من اتجاهين. وهناك محدودية حتى في أبسط صور هذه المشاركة والتي تتمثل في الاستعانة بالمواطنين العاديين كمصادر للمادة الإعلامية؛ إذ يعتمد الإعلاميون أساسا على المسئولين والمتخصصين كمصادر، ويأتي المواطنون في ترتيب متأخر.

وقد أكدت نتائج البحث ذلك؛ إذ اتضح ضعف نسبة الاعتماد على "الجمهور" كمصادر للمادة الإعلامية في معظم وسائل الإعلام الجماهيرية (في الصحف اليومية والأسبوعية وبعض المجلات العامة والمجلات النسائية وبرامج المرأة في الإذاعة والتليفزيون).

وظهرت استثناءات محدودة لذلك في مجلة "صباح الخير" وبعض برامج المرأة في التليفزيون.

كما أن المساحات أو الأوقات المخصصة لمشاركة القراء أو المستمعين أو المشاهدين محدودة، وفي بعض هذه الوسائل تكاد تكون معدومة، وقد اتضح هذا من نتائج البحث فمعظم وسائل الإعلام الجماهيري لا تفسح المجال بشكل كاف للمواطنين والمواطنات للتعبير عن أنفسهم، وقد ظهر أيضا ندرة الاعتماد على رسائل القراء والمستمعين أو المشاهدين كشكل إعلامي يقدم من خلاله المضمون الخاص بالمرأة.

٦- أزمة المصداقية التي تعاني منها معظم وسائل الإعلام الجماهيري في مصر – خاصة الصحف – والتي يعترف بها الإعلاميون أنفسهم(*) – ويرجع عدم تصديق الجمهور لهذه الوسائل وعدم ثقتهم بها لأسباب متعددة منها:

(*) لمزيد من التفصيل انظر: عواطف عبد الرحمن وآخرين: "القائم بالاتصال في الصحافة المصرية " كلية الإعلام – جامعة القاهرة، ١٩٩٢م.

أنها ما زالت تحمل الصفة الحكومية الرسمية وترتبط بالتوجهات الرسمية وتقوم بتبرير بعض القـرارات الحكومية غير المقبولة جماهيريا، مما يشعر الجمهور أنها صدى لآراء المسئولين، إلى جانب قيامها بنشر أو إذاعة تصريحات لبعض المسئولين قد لا تكون صادقة، فضلاً عن كثرة التصريحات التي لا تنفذ، والمبالغـة أحيانًا في بعض المعالجات الأمية، وعدم تحري الصدق أحيانًا، وتضخيم الأمر في أحيان أخرى.

وهناك تضارب في بعض الروايات، ومن خبرات الجمهور السابقة وتجاربهم مع هذه الوسائل اتضح لهـم أن هذه الوسائل خاصة الصحف تخدعهم أحيانًا أو تكذب عليهم، وأنها في حالات كثيرة تكون مجرد أبـواق للدعاية تتحدث عن إنجازات لم تتحقق.

٧- محدودية الجانب الإبداعي في عمل وسائل الإعلام الجماهيري لأسباب عديدة منها ظروف العمـل وضغوط الوقت، وغيرها من الضغوط البيروقراطية إلى جانب بعض المشاكل الثقافية، فضلاً عـن عدم تفرغ معظم الإعلاميين لعملهم نظرا لأوضاعهم الاقتصادية السيئة، مما يدفعهم للبحث عن سبل أخرى لزيادة دخلهم من خلال القيام بأعمال أخرى كالعمل في مكاتب الصحف العربيـة بالقـاهرة وبعض مكاتب وكالات الأنباء أو مراسلة بعض شبكات ومحطات الإذاعة والتليفزيون خارج مصر، أو كتابة أعمال أدبية أو فنية أو العمل كمستشارين لبعض الجهات.

كما أن بعضهم قد يعمل إلى جانب عمله التحريري في جانب الإعلانات أو تحريرها. (*)

والنتيجة أن أغلبهم يقوم بعمله الإعلامي لمجرد تحقيق الحد الأدنى المطلوب من الإنتاج، مما ينعكس على مستوى عملهم الذي تغلب عليه السطحية والتسرع وعدم التدقيق الكافي.

ويتجه بعضهم إلى الاستمرار في ممارسة العمل الإعلامي بنفس الأسلوب الذي كان يمارسه الإعلاميـون السابقون عليهم، ومن ثم يقدمون معالجات تقليدية لكل الموضوعات، ومن بينها ما يتعلق بالمرأة.

سابعا:

يحاول بعض القائمين باتصال في مجال الإعلام النسائي – خاصة في صـحف المـرأة – تبريـر عـدم اهتمامهم بقضايا المرأة الريفية في معالجتهم الصحفية بعامل انتشار الأمية بين الريفيات.

وإن كان هذا في رأينا مبررا ليس منطقيا، فليس من الضروري أن يكون كل ما يقدم للمرأة الريفيـة فـي الصحف يستهدف مخاطبتها، ولكن بعضه قد يكون الغرض منه مناقشة مشكلاتها وإثارة اهتمـام المسـئولين والمتخصصين بقضاياها.

تصورات مقترحة لتطوير أداء وسائل الإعلام الجماهيري لتسهم في عملية إدماج المرأة المصرية الريفية في التنمية.

(*) لمزيد من التفصيل انظر: المصدر السابق.

لما كانت وسائل الإعلام الجماهيري وإن لم تكن السبب الرئيسي في الأوضاع الراهنة الخاصة بـالمرأة المصرية عامة والمرأة الريفية خاصة إلا أنها تتحمل جانبا من مسئولية استمرار هذه الأوضـاع الراهنـة وترديها وتفاقمها نتيجة لتقصيرها في أداء وظيفتها الاجتماعية، فإنه يمكن طرح بعض التصـورات التـي يمكن أن تطور أداء هذه الوسائل لتتمكن بالفعل من الإسهام في عملية إدماج المرأة المصرية فـي عمليـة التنمية وأهمها:

١- أن تتبنى وسائل الإعلام الجماهيري في مصر سياسة إعلامية رشيدة وواعية تجاه المـرأة عامـة والمرأة الريفية خاصة تتمثل أهم ملامحها فيما يلي:

١/١ : سد الفجوات الاتصالية والفرص المتاحة في الاتصال بين النساء والرجال من جهة، والنساء فـي كل من المدن والريف والبوادي.

٢/١ : أن يكون الهدف الأساسي الذي تضعه هذه الوسائل نصب عينيها هو العمـل مـع غيرهـا مـن المؤسسات الاجتماعية والتربوية على تغيير الصورة النمطية للمرأة عامة والمرأة الريفية خاصـة، وتقديم صورة بديلة تؤكد الجوانب الايجابية والإنتاجية في حياتنا من خلال:

١/٢/١ : القيام بحملات تثقيفية لاستخدام هذه الوسائل لتغيير التحيزات والمواقف التقليدية التي تحـد مـن المشاركة التامة للمرأة والقضاء على التناقض في عرض صورة المرأة ككائن سلبي.

٢/٢/١ : الإسهام بدور في تغيير اتجاه المجتمع نحو المرأة من خلال العمل على تغيير التقاليد والمعتقـدات السائدة التي تكبل حركة المرأة. وعرض ما تواجهه من مشكلات، وما يجب أن يسهم به المجتمـع في معاونتها للتغلب عليها.

٣/١ : إعطاء أهمية خاصة لدور الإذاعة والتليفزيون – خاصة التليفزيون – في التوجه للمرأة الريفيـة، باعتبار التليفزيون الوسيلة الأقدر على الإسهام في تنمية المرأة الريفية بسبب انتشار الأميـة بـين قطاعات المرأة عامة والريفية خاصة، ويقترح لتحقيق ذلك بعض الإجراءات منها:

١/٣/١ : توفير الإمكانيات المادية والتقنية لإنتاج برامج المرأة بشكل أفضل وأكثر حيوية وزيـادة عـددها والاهتمام بتوقيتها على خريطة الإرسال بما يتناسب مع ظروف الجمهور والمدة الزمنيـة المتاحـة لكل منها.

٢/٣/١ : ضرورة التنسيق والتخطيط بين الخدمات الإذاعية المختلفة فيما يقدم من برامج مختلفة للمرأة من حيث مواعيد البث والمضمون.

ولا يعني ذلك أن تهمل الصحف دورها في هذا المجال بدعوى أمية المرأة الريفية. وبحيث تكون مهمـة الصحف مناقشة أوضاع المرأة الريفية والبدوية سعيا وراء توجيه اهتمام المسئولين بهذه الأوضـاع والعمـل على تطويرها.

٤/١ : مراعاة أن تخاطب وسائل الإعلام الجماهيري كل المستويات التعليمية والاجتماعية والاقتصادية للمرأة، وتوزيع الاهتمام بالشرائح النسائية المختلفة خاصة تلك الشرائح التي اتضح من البحوث العلمية أنها مهملة من جانب هذه الوسائل رغم احتياجاتها الإعلامية الخاصة كالمراهقات والمسنات.

٥/١ : استخدام الأشكال الفنية الإعلامية التي تعتمد على النزول إلى المرأة في مواقعها المختلفة، ومعايشة واقعها الاجتماعي لنقل صور واقعية حقيقية مع الحصر على نقل الانفعالات الحية الصادقة.

٦/١ : أن تسعى السياسة الإعلامية إلى تشجيع جمهور النساء ومن بينهن الريفيات للمشاركة في الاتصال النسائي بكافة مستوياته وأشكاله ومراحله لتصحيح النموذج الاتصالي أحادي الاتجاه ليصبح ثنائيا من خلال:

١/٦/١ : زيادة المساحات والأوقات المخصصة لرسائل القراء والمستمعين والمشاهدين للتعبير عن آرائهن ووجهات نظرهن.

٢/٦/١ : العمل على زيادة الاستعانة بهن كمصادر المادة الإعلامية الخاصة بالمرأة.

٣/٦/١ : محاولة تجريب بعض الوسائل العلمية لإشراك جمهور النساء في إنتاج بعض المواد الإعلامية الخاصة بواقعهن وظروفهن.

٤/٦/١ : الاهتمام بتخصيص أجزاء للمرأة أو برامج لها في وسائل الإعلام المحلية كالصحف المحلية والخدمات الإذاعية والتليفزيونية المحلية.

٧/١ : تقليص التركيز على الاهتمامات التقليدية للمرأة خاصة ما يتعلق بالموضة والأزياء والتجميل وغير ذلك، وإن كان هذا لا يعني عدم تناوله بالحديث نهائيا، فمثل هذه الاهتمامات ضرورية للمرأة على أن يكن هذا بالقدر المعقول، مع ترشيد عملية تناول هذه الموضوعات بما يتناسب مع بيئة المرأة المصرية وظروفها الاجتماعية وإمكانياتها الاقتصادية.

٨/١ : أن تضع وسائل الإعلام الجماهيري المرأة الريفية في اعتبارها، وتعي تماما أن أبعاد واقع المرأة الريفية ذي الجذور العميقة لا يمكن أن يتغير دفعة واحدة بل لا بد من تحديد الأولويات.

ويمكن تحديد أولويات للمشاكل التي تواجه المرأة الريفية من واقع هذا البحث والبحوث والدراسات الأخرى التي أجريت في هذا المجال على النحو التالي:

١- مشكلة الأمية.

٢- زيادة النسل.

٣- عدم وعي المرأة الريفية بأهمية دورها في المجتمع، واعتقادها أن حل مشكلات المجتمع هي مسئولية الرجل.

٤- تسلط الرجل، ومحدودية دور المرأة في المجتمع الريفي.

٥- قلة الدخل.

٦- المشكلات الصحية.

٧- كثرة الأعباء الملقاة على عاتقها.

٨- هجرة الأزواج للعمل في الخارج.

٩- زيادة الاستهلاك.

١٠- العادات والتقاليد البالية.

١١- إهمال التدريب المهني للريفيات، وقلة عدد مراكز التدريب.

وعلى هذا يمكن تحديد أولويات الموضوعات المقترح أن تتناولها وسائل الإعلام الجماهيري (استفادة من نتائج هذا البحث والبحوث الأخرى) على النحو التالي:

١- الدعوة إلى تعليم المرأة ومحو أميتها.

ولا ينبغي أن يتوقف دور وسائل الإعلام عند مجرد تنظيم الحملات التعليمية للقضاء على الأمية، بل لا بد أن تقوم بدورها في تغيير الاتجاهات والمعتقدات والمعايير الخاصة بتعليم الفتاة.

٢- تنظيم الأسرة.

٣- التوعية الصحية.

وذلك بهدف مساعدة المرأة للتغلب على مشكلات التغذية والتلوث والأمراض المتوطنة.

٤- موضوعات الأحوال الشخصية والتشريعات المختلفة ومساواة المرأة بالرجل.

٥- تربية الأبناء تربية سليمة.

من خلال المساهمات في توعية المرأة في مجال العناية بالطفل وتربية النشء.

٦- سبل زيادة دخل الأسرة.

٧- التعرض للعادات والتقاليد في القرية المصرية.

٨- مناقشة التغيرات السلبية والايجابية في القرية المصرية.

٩- تدريب القيادات النسائية.

١٠- التوعية السياسية.

وذلك لتعريف المرأة بحقوقها وواجباتها السياسية، والمطالبة بدعم هذه الحقوق ورفع مستوى الثقافة السياسية للمرأة.

١١- ترشيد الاستهلاك.

١- الدعوة لعمل المرأة الريفية حتى تعود مرة أخرى لتصبح منتجة لا مجرد مستهلكة.

٩/١ : أن تتعامل وسائل الإعلام الجماهيري مع قضايا المرأة المصرية عامة والريفية خاصة بشكل أكثر شجاعة وأن تدرك أن دورها لا ينبغي أن يظل دورا تابعا منقادا أو مجرد صدى لواقـع المجتمـع الراهن وحاله، بل يجب أن يكون لها دور قيادي رائد للنهوض بالمرأة.

١٠/١ : أن يكون طابع الحوار، وعرض كل وجهات النظر بكافة أشكاله هو السائد لمعالجة كـل قضـايا المرأة عامة والريفية خاصة، وعدم إهمال وجهات نظر المخالفين أو المحافظين، عدم تجاهـل مـا يقولون وتجنب أسلوب فرض الرأي على الجمهور بشكل يطمس شخصـياتهم ويجعـل القـائمين بالاتصال في مجال الإعلام النسائي يبدون متحيزين وكأنهم ينظرون إلى جمهورهم على أنه قاصر عاجز على التفكير وتكوين الرأي ويحتاج للوصاية.

١١/١ : الدقة في كل ما يقدم من مضامين، والتدقيق في اختيار الشخصيات النسائية التـي تشـارك فـي الحوار أو المناقشة في أية قضية تتعلق بالمرأة، والبعد عن الاستعانة بالنماذج التي لا تمثل القاعـدة العريضة من نساء مصر شكلاً وجوهرا، ويبدو في حديثها نغمة التعالي أو التفاهة فيما يطرحن من آراء أو يبدين من وجهات نظر، مع تسليط الأضواء على الشخصيات النسائية الجادة البارزة.

١٢/١ : البعد عن المعالجات الجزئية أو الهامشية، وتناول قضايا ومشاكلها بمعزل عن الواقع الاجتمـاعي والاقتصادي الذي تعيش فيه.

١٣/١ : البعد عن الأسلوب الخطابي المباشر والشعارات الجوفاء والنصح الفج في التوجه للمرأة وخاصة الريفية، والعمل على تبسيط المعلومات وتقديمها للمرأة الريفية بأسلوب غير مباشـر خاصـة فـي الإذاعة والتليفزيون.

١٤/١ : أن تهتم وسائل الإعلام الجماهيري بتخصيص مندوبين ومراسلين لها في كل المحافظات خـارج القاهرة وفي بعض القرى المصرية كلما كان ذلك ممكنًا.

٢- ضرورة إيجاد صلة دائمة وتواصل مستمر بين القائمين بالاتصال فـي مجـال الإعـلام النسـائي والباحثين المهتمين بهذا المجال حتى يتسنى من خلال ذلك كتشخيص واقع المرأة بدقـة وتفسـيره تفسيرا حقيقيا مع إمكانية استفادة الإعلاميين من نتائج هذه البحوث والدراسات في عملهم الإعلامي وذلك من خلال:

١/٢ : دعوة الجهات الأكاديمية والبحثية إلى إجراء المزيد من البحوث وعقد الندوات والمؤتمرات التـي تناقش قضايا المرأة عامة والريفية خاصة، وتوجيه الدعوة للإعلاميين للمشاركة فيها سواء بأوراق بحثية أو بالمناقشة والتعقيب أو على الأقل بالحضور والمشاركة.

٢/٢ : حث القائمين بالاتصال على الاهتمام بالاشتراك في المؤتمرات والندوات واللقاءات التي تنـاقش أوضاع المرأة وقضاياها وتغطيتها إعلاميا، ومحاولة الاستفادة من نتائجها فـي عملهـم كمصـادر لمادتهم الإعلامية الخاصة بالمرأة.

٣/٢ : عقد بعض اللقاءات المفتوحة بين حين وآخر للإعلاميين والباحثين عن شئون المـرأة للتعريـف باحتياجاتها وأولوياتها ومناقشتها.

٣- الاهتمام باختيار القائمين بالاتصال في مجال الإعلام النسائي من بين المؤهلين وتدريبهم، وذلـك من خلال:

١/٣ : مراعاة أن يتم اختيارهم من بين من لهم اتجاهات إيجابية نحو المرأة عامة، والمرأة الريفية خاصة ورسالتها ودورها في المجتمع، فهؤلاء فقط الذين يملكون القدرة على إحداث التغيير المنشـود فـي الصورة الراهنة النمطية التي تقدم بها المرأة، فغير المؤمنين بأن المرأة كائن كامـل متسـاوٍ مـع الرجل في الحقوق والواجبات، وأنها شريك في تحقيق التنمية، والذين ينظرون لهذا العمل على أنـه مجرد مهمة إعلامية لا مسألة اجتماعية - هؤلاء لن يكون في إمكانهم تحقيق هذا التغيير.

٢/٣ : تنظيم برامج تدريبية مستمرة للعاملين في الإعلام النسائي – خاصة الصحفيين الذين يفتقر أغلبهم لهذا التدريب عكس الحال بالنسبة للإذاعيين والتليفزيونيين – تستهدف ما يلي:

١/٢/٣ : توعيتهم بالاحتياجات الإعلامية للمرأة عامة، والريفية خاصة وأولويات هذه الاحتياجات.

٢/٢/٣ : تزويدهم بالمهارات اللازمة لأداء عملهم الإعلامي وتطويره.

٣/٢/٣ : تزويدهم بالقيم المرغوب التأكيد عليها عند التوجه للمرأة بكافة قطاعاتها.

٤/٢/٣ : تنظيم بعض اللقاءات المفتوحة وحلقات النقاش وورش العمل من حين لآخر للتعريف باحتياجـات المرأة وأولوياتها.

ويقترح في هذا المجال إنشاء مركز للتدريب الصحفي – شبيه بمركز التدريب الإذاعي والتليفزيوني التابع لاتحاد الإذاعة والتليفزيون – يشترك في إنشائه نقابة الصحفيين، والمجلس الأعلى للصحافة، وكلية الإعلام – جامعة القاهرة، والمؤسسات الصحفية، يتولى تنظيم دورات تدريبية ومستمرة للصحفيين في كافة المجـالات ومن بينها مجال صحافة المرأة.

٤- إعادة النظر في ضوابط الإعلانات التليفزيونية التكنولوجية التي تعتمد على استغلال المرأة كعنصر إغراء وتركز على الإيحاءات الجنسية للمرأة في الإعلان.

ما يقدمه هذا البحث من إضافات جديدة في مجال دراسات المرأة ووسائل الإعلام:

يتمكن القول: إن هذا البحث يعد استكمالاً للجهود العلمية السابقة والبحوث الجادة التي عنت بدراسة المرأة المصرية ووسائل الإعلام غير أنه يتميز ببعض الأمور تمثل إضافات جديدة في هذا المجال والتـي يمكـن إجمالها فيما يلي:

١- أنه من البحوث الإعلامية القليلة التي ركزت كل اهتمامها وبشكل محوري على قياس مدى اهتمـام وسائل الإعلام المصرية بقضايا المرأة الريفية والتنمية في المجتمع، إذ كان هذا الجانب يمثل جزئية فرعية في البحوث السابقة، يتم دراستها بشكل عام وسريع.

٢- أن كل البحوث السابقة التي درست مضمون هذه الوسائل توقفت عند فترة الثمانينيات، وامتد بعضها ليدرس مضمون وسيلة إعلام معينة – بشكل تطوري – مثل بعض البحوث التي تناولت مجلة "حواء" ودرستها منذ نشأتها في الخمسينيات، وإن توقفت عند السبعينيات.

كما ركزت البحوث التي تناولت الأجزاء الخاصة بالمرأة في الصحف اليومية والأسبوعية والمجلات العامة على دراسة مضمونها خلال الستينيات والسبعينيات من هذا القرن.

أما البحوث الخاصة ببرامج المرأة في الإذاعة والتليفزيون فقد ركزت على تحليل مضمون هذه البرامج في الثمانينيات.

واهتمت البحوث الخاصة بصورة المرأة في السينما المصرية بالفترة الممتدة من الستينيات وحتى الثمانينيات أيضا.

ويعد هذا البحث هو الأول الذي يركز على دراسة الإعلام الخاص بالمرأة بوضعه الراهن في التسعينيات من هذا القرن.

٣- أن هذا البحث حاول أن ينهج نهجا شاملاً في دراسة للاهتمامات الخاصة بالمرأة المصرية في كل وسائل الإعلام الجماهيري المصرية (الصحف اليومية والأسبوعية والمجلات العامة والمجلات النسائية المتخصصة وبرامج المرأة في الإذاعة والتليفزيون) مما يمكن أن يعطي صورة متكاملة وواضحة الأداء الإعلامي فيما يتعلق بقضايا المرأة المصرية.

في حين يظهر من استعراض البحوث السابقة أن معظمها ركز على دراسة الإعلام الخاص بالمرأة في وسيلة واحدة أو وسيلتين على الأكثر، كتلك البحوث التي تناولت الصحافة النسائية المتخصصة والأجزاء الخاصة بالمرأة في الصحف العامة(*)، أو البحوث التي ركزت على الإعلام النسائي في الراديو والتليفزيون(**).

كما أنه لم يقتصر على دراسة المضمون الموجه للمرأة من خلال الأجزاء الخاصة بالمرأة في الصحف أو البرامج الخاصة بالمرأة في الراديو والتليفزيون، بل امتد اهتمامه إلى تحليل كل ما قد يخص المرأة أو يتعلق بها من المواد الصحفية المنشورة في كل الصحيفة – وليس الجزء الخاص بالمرأة فقط – وكذلك كل المواد الإذاعية والتليفزيونية التي تناولت المرأة خارج إطار البرامج الموجهة لها.

إضافة إلى هذا فقد تضمنت الأبحاث تحليلا لبعض الأفلام السينمائية والتليفزيونية والمسلسلات وغيرها من الأعمال الدرامية التي تضمنت بعض المضامين المتعلقة بقضايا المرأة والتي عرضها التليفزيون المصري خلال فترة التحليل.

(*) من نماذج ذلك انظر: عواطف عبد الرحمن: "الصحافة ودور المرأة في التنمية في الستينيات والسبعينيات" بحث مقدم للندوة الدولية عن المرأة الريفية في الفترة من ١-٤ ديسمبر ١٩٨٠م.

(**) من نماذج ذلك: عدلي رضا وعاطف العبد: برامج المرأة في الراديو والتليفزيون" د. ن ١٩٨٨م.

٤- كما أنه من البحوث الإعلامية القليلة(***) التي استخدمت أكثر من مدخل بحثي لدراسة واقع الإعلام النسائي في مصر؛ إذ سعى لدراسة المضمون والشكل الذي يقدم به هذا المضمون ونوع معالجته والجمهور المستهدف بهذا المضمون وصورة المرأة كما تظهر فيه، ولم يكتف في هذا المجال بالتحليل الكمي، بل جمع بينه وبين التحليل الكيفي، وكذلك دراسة القائمين بالاتصال في الإعلام النسائي من حيث تأهيلهم وتدريبهم والعوامل التي تؤثر على أدائهم لعملهم واتجاهاتهم نحو المرأة وخاصة المرأة الريفية.

٥- من بين ما يميز هذا البحث أيضا الرؤية المقارنة التي تتسم بها أجزاؤه المختلفة في دراسة وسائل الاتصال المطبوعة والمسموعة والمرئية أو بين نتائج تحليل المضمون ونتائج الدراسة الخاصة بالقائمين بالاتصال، مما يعطي عمقًا للتحليل، ويكشف عن الأبعاد المختلفة التي تحكم الأداء فيما يتعلق بالإعلام النسائي.

٦- يعد هذا البحث من البحوث القليلة جدا التي اهتمت في دراسة القائمين بالاتصال في وسائل الإعلام بقياس اتجاهاتهم من خلال مقياس للاتجاهات أعد لهذا الغرض.

٧- كما تناول هذا البحث بالدراسة مجلة "نصف الدنيا" التي لم يسبق تناولها بالدراسة من قبل في أي بحث من البحوث السابقة التي اقتصرت على دراسة مجلة "حواء" كمجلة نسائية وحيدة كانت تصدر في مصر.

٨- اهتم هذا البحث بدراسة اتجاهات الجمهور النسائي في الريف والحضر إزاء وسائل الإعلام، كما ركز على الاحتياجات الإعلامية للمرأة المصرية من خلال رصد علاقة المرأة بوسائل الإعلام المقروءة والمرئية والمسموعة، والكشف عن تفضيلاتها الإعلامية.

(***) من البحوث القليلة التي اهتمت بدراسة المضمون والقائمين بالاتصال:

بحث : جيهان إلهامي: "الصحافة المصرية وقضايا المرأة العربية خلال العقد العالمي للمرأة (٧٥ – ١٩٨٥) "رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام – جامعة القاهرة، ١٩٨٩.

الفصل الثالث

قرية الزرابي

نتائج دراسات الحالة بقرية الزرابي

العينة:

أجريت دراسات الحالة على عشر مبحوثات من قرية الزرابي. وقد صمم هيكل العينة موضع دراسة الحالة بحيث يكون مقاربا، قدر الإمكان، لخصائص العينة الواسعة التي اشتملتها الدراسة الاستطلاعية ويعكس ذات المتغيرات (التعليم، متغير الأجيال، الحالة العملية، المستوى الاقتصادي، الدين، الحالة الاجتماعية).

وفيما يلي توزيع العينة وفقًا للمتغيرات الأساسية:

مستوى الأجيال (التوزيع العمري):

اقترب التوزيع العمري للنساء في دراسات الحالة من التوزيع العمري للنساء في القرية، حيث تراوحت أعمار المبحوثات ما بين ٢٣ عاما و ٥٧ عاما، مثلت الجيل الجديد جيل الوسط ثلاث مبحوثات بنسبة ٣٠% (بلغت هذه النسبة في القرية ٣٨,٣%)، ومثلت الجيل القديم مبحوثتان بنسبة ٢٠% (بلغت هذه النسبة في القرية ١٧,٩%).

مستوى التعليم : تم اختيار ثلاثة أميات، تنتمي اثنتان منهن إلى الجيل القديم، وواحدة إلى جيل الوسط، وسبع مبحوثات متعلمات، واحدة تعرف القراءة والكتابة وثلاث حاصلات على الشهادة الإعدادية وثلاث حاصلات على شهادات جامعية، ويلاحظ أن نساء الجيل الجديد في العينة كلهن متعلمات.

الحالة العملية : اشتملت العينة على ثلاث مدرسات، وواحدة تعمل بتجارة الأقمشة، وواحدة تعمل بالحياكة (والخمس يعملن خارج المنزل)، ومبحوثتان تعملان بتربية الطيور داخل المنزل وثلاث مبحوثات لا تعملن (ربات بيوت).

الحالة الاجتماعية : ضمت العينة ست متزوجات، وثلاث فتيات لم يتزوجن من بعد، وأرملة واحدة.

الدين:

ضمت العينة سبع مسلمات، وثلاث مسيحيات وذلك في محاولة للاتساق مع نسبة عدد السكان المسيحيين في القرية والتي بلغت ٥٢,٧% وفقًا لتعداد ١٩٧٨.

الإطار الاقتصادي للحالات:

المهنة : يعمل ثلاثة من أرباب أسر الحالات المبحوثة بالزراعة واثنان بالتجارة، واثنان بالوظائف الحكومية، واثنان بالتدريس، ومأذون واحد.

الحيازة : يمتلك خمسة من أرباب الأسر أراضي زراعية (٣ يملكون ما بين فدان إلى خمسة أفدنة، واثنان يملكان عشرة أفدنة) بينما لا يوجد لدى الخمسة الآخرين من أرباب الأسر أية حيازة زراعية.

المستوى الاقتصادي:

تعيش سبع حالات في مستوى اقتصادي متوسط حيث يقمن في مبانٍ تقليدية مكونة من طبقتين ومبنية من الطوب الأحمر والطوب اللبن. وتتراوح غرف السكن ما بين غرفتين إلى ثمان غرف، مع ملاحظة أن كثرة ارتفاع عدد الغرف لا يدل على الثراء فأحد هذه الأسر قد ورثت منزلها المكون من ثمان غرف وهو مبني منذ عام ١٨٦٥، وأخرى[١] بنت منزلها باستخدام قرض من البنك، وتتكون هذه المنازل من غرف للنوم ومخزن للغلال وغرف استقبال، كما أن بها سلعا معمرة (تليفزيون، غسالة، ثلاثة، مروحة). ومن ناحية الحيازة فإن أسرتين من هذه الأسر لديها حيازة، وإحداهما تحوز فدانين ونصف[٢]، والأخرى عشرة أفدنة[٣].

وهناك أسرتان تعيشان في مستوى اقتصادي فوق المتوسط حيث تتراوح ملكيتها للأرض الزراعية ما بين خمسة إلى عشرة أفدنة. وتعيش إحدى هاتين الأسرتين، وهي أسرة "مريم دهب" في مسكن حديث مبني بالأسمنت المسلح يتكون من طابقين، مبني عام ١٩٩٤ وتكلف ثلاثة عشر ألف جنيه دفعت الأسرة منهم عشرة آلاف جنيه من مالها الخاص. أما الأسرة الثانية وهي أسرة "بهية محمد السكري"[٤] لكن على الرغم من ملكية الأسرة لعشرة أفدنة إلا أن هذه الأرض مؤجرة لآخرين، كما أن المنزل مبني منذ عام ١٩٤٠م. غير أن ارتفاع المستوى الاقتصادي للأسرة يعود إلى عمل أفرادها بالتجارة وملكيتها لمحل تجاري مكنها من بناء منزل بالقاهرة.

تضم دراسات الحالة أسرة فقيرة[٥]، تعيش في منزل مكون من حجرتين من الطوب اللبن، ولا توجد لديها حيازة، ورب الأسرة بائع متجول، كما لا تمتلك الأسرة أية سلع معمرة.

الإطار الاجتماعي للحالات:

يتراوح عدد الأبناء في الأسرة لدى ست حالات ما بين ثلاثة إلى أربعة أطفال، بينما يتراوح في أربع حالات ما بين خمسة إلى سبعة أطفال، فإذا أضفنا أن معظم الأسرة تضم إلى جانب الأب والأم أقارب آخرين يقيمون بصفة دائمة مع الأسرة لوجدنا أن العينة تؤكد ما ورد في التقرير الاستطلاعي للبحث حول شيوع ظاهرة الأسر كبيرة العدد في القرية.

---

(١) أسرة الحالة "مريم دهب سيدهم" من جيل الوسط، حاصلة على شهادة متوسطة وتعمل مدرسة، متزوجة من أمي.

(٢) أسرة الحالة "عواطف محمود جعفر"، وهي زوجة مأذون القرية.

(٣) أسرة الحالة "فتحية عبد الرحمن" وهذه الحيازة موروثة من والدها المتوفى ومصدر دخل أساسي لأسرة مكونة من ستة أفراد، حيث إن "فتحية" لم تتزوج بعد، وما زالت تعيش مع أسرتها.

(٤) " بهية محمد السكري" من الجيل القديم، ويجب ملاحظة أن حيازة الأسرة المذكورة تعول عددا كبيرا من الأفراد، فلديها ثمانية أولاد، كما تعيش مع زوجة ابنها وثلاثة أحفاد.

(٥) وهي أسرة الحالة "لؤلؤة تادرس" أرملة، وتبلغ من العمر ٥٥ عاما، وتعمل في تجارة الأقمشة

يتراوح عدد الأبناء في الأسرة لدى ست حالات ما بين ثلاثة إلى أربعة أطفال، بينما يتراوح في أربع حالات ما بين خمسة إلى سبعة أطفال، فإذا أضفنا أن معظم الأسر تضم إلى جانب الأب والأم أقارب آخرين يقيمون بصفة دائمة مع الأسرة لوجدنا أن العينة تؤكد ما ورد في التقرير الاستطلاعي للبحث حول شيوع ظاهر الأسرة كبيرة العدد في القرية.

الاستقلالية في السكن بالنسبة للحالات:

تعيش ثلاث مبحوثات في سكن خاص بهن، وسبع مبحوثات تقمن مع ذويهن (إما مع الأهل: الأب والأم والإخوة بالنسبة للفتيات غير المتزوجات أو مع الأبناء في حالة الأرملة، أو مع أهل الزوج في الثلاث حالات الأخريات). وقد تراوح عدد الأفراد الذين يعيشون في المسكن الواحد ما بين خمسة إلى تسعة أفراد.

المستوى التعليمي داخل الأسرة:

- خمسة من أرباب الأسر متعلمون (ثلاثة حاصلون على مؤهل متوسط واثنان يقرآن ويكتبان)، بينما هناك أربعة من أرباب الأسر أميون.
- ست من أمهات الحالات أميات، وأربع متعلمات (ثلاث حصلن على الشهادة الإعدادية، وواحدة نالت تعليما متوسطًا).
- كشفت دراسات الحالة عن أن جميع الأبناء الذين هم في سن التعليم مدرجون بالفعل في مراحل التعليم المختلفة؛ مما يعكس اهتمام الأسر بتعليم أبنائها.

الزواج والعلاقات داخل: لم تتعرض دراسات الحالة للمطلقات لأنهن لا يمثلن سوى نسبة هامشية في القرية (حوالي ٠,٤% وفقًا لتقرير المعلومات).

- لوحظ ارتفاع سن الفتيات غير المتزوجات في القرية بشكل عام. وفي دراسات الحالة كان سن الفتيات غير المتزوجات هو ٣٠ سنة، ٢٣ سنة، حيث ضمت دراسات الحالة ثلاث مبحوثات غير متزوجات وهن يمثلن نسبة تتفق إلى حد ما مع نسبة غير المتزوجات في القرية التي تبلغ ١٧,٧% حسب ملفات المعلومات بمحافظة أسيوط.
- لم تتعرض دراسات الحالة لتعدد الزوجات لأنها تمثل نسبة هامشية - في مجتمع القرية - لم تزد على ٠,٨% من واقع العينة الكلية المدروسة في الدراسة الاستطلاعية.
- تراوح سن الزواج في حالات المتزوجات السبعة التي شملتهن دراسات الحالة ما بين ١٣ سنة و٢٥ سنة. ويلاحظ استمرار ظاهرة الزواج المبكر في الأجيال الجديدة، حيث بلغ سن الزواج لدى سيدتين من الجيل الجديد (١٣ – ١٥ سنة) وهو دون السن القانوني للزواج.
- يلاحظ ارتفاع متوسط الفارق بين عمر الزوجة والزوج في القرية، حيث بلغ عشر سنوات تقريبا[١].
- تقيم أربع حالات في مسكن واحد مع والدي الزوج وإخوته، وتقيم خمس حالات في مسكن خاص بالأسرة وحدها، وحالة واحدة تقيم في مسكن بها مع شقيقتها نظرا لوفاة والديها[١].

---

[١] يبلغ أقل فارق في عمر الزوجين خمس سنوات، ويصل أقصى فارق إلى ١٥ عاما.

- فيما يتعلق بالعلاقات داخل الأسرة جاءت الإجابات نمطية للغاية في معظم الحالات، فقد أكدت تسع حالات على أنها علاقات يسودها الحب والود المتبادل، وبالنسبة للتشاور بين الزوجين فقـد أكـدت ثماني حالات على أن علاقاتهن بأزواجهن تقوم على التشاور والتفاهم.

وبالطبع فإن هذه النتائج قد خضعت لتدخل عوامل الهيبة الاجتماعية ورغبة المبحوثات في تقديم صـورة جيدة عن وضعهن داخل الأسرة.

المحور الثقافي والإعلامي:

قراءة الصحف:

سبقت الإشارة عند عرض نتائج الدراسة الاستطلاعية إلى أن هناك تدنيًا ملحوظًا في نسبة قراءة الصحف بين سكان القرية وعلى الأخص النساء. وتؤكد نتائج دراسات الحالة هذه النتيجة حيث بينت أن عدد النسـاء القارئات للصحف اثنان فقط من بين عشر حالات أجريت معهن مقابلات معمقة. ويمكن إرجاع ظاهرة تدني قراءة الصحف إلى ذات الأسباب العامة التي ذكرناها عند تحليل نتائج الدراسة الاستطلاعية وهي:

عدم وجود منافع لتوزيع الصحف في القرية وانخفاض الدخل، وكذلك الأسباب المرتبطة بوجـه خـاص بالمرأة من حيث ارتفاع نسبة الأمية بين النساء والتقاليد الاجتماعية التي تقيد حرية المرأة في الخـروج مـن المنزل. غير أن نتائج دراسات الحالة تشير إلى خطورة السبب الأخير المتعلق بقسوة التقاليـد الاجتماعيـة، فالعينة التي أجريت معها المقابلات المعمقة تضم سبع نساء متعلمات (إعدادي – عـالٍ) أي أن ٧٠% مـن المبحوثات يعرفن القراءة والكتابة ويمكنهن الإطلاع على الصحف، ورغم هذا لا نجد بينهن إلا اثنتين فقـط يطالعان الصحف، حيث أشارت بقية المبحوثات المتعلمات (٥ حالات) إلى صعوبة الحصول على الصـحف بسبب عجزهن عن الحصول عليها من منافذ التوزيع الموجودة بالمدينة، حيث تمنعهم التقاليد مـن مغـادرة المنزل، كذلك أشارت بعض الحالات إلى انخفاض الدخل كسبب يحول بينهن وبين شراء الصحف.

وفيما يتعلق بالجريدة المفضلة فقد فضلت الحالة الأولى (عواطف) جريدة "الأخبار" لأنها سهلة الفهم علـى حد قولها[٢]، بينما فضلت الحالة الثانية (نجاة) جريدة الأهرام لاشتمالها على أخبار سياسـية وكـذلك دقتهـا، وتفضل الوفد والأحرار من صحف المعارضة، ويلاحظ أن متغير التعليم كان لـه أثـره علـى تفضـيلات المبحوثات، فالأولي التي فضلت جريدة الأخبار حاصلة على الشهادة الإعدادية، في حـين فضـلت الحالـة الثانية، وهي تحمل شهادة عليا في الدراسات الإسلامية، جريدة الأهرام التي تتسم بطابع تحليلي أعمق.

أظهر أثر متغير التعليم أيضا تفضيلات المجلات، حيث فضلت المبحوثـة الحاصـلة علـى الإعداديـة (عواطف) مجلات روز اليوسف والشباب وعلوم المستقبل وأكتوبر بينما فضلت الحالة الثانية (نجاة) مجلات

---

[١] – وهذه المبحوثة تقيم مع عمها وزوجته وأولاده في نفس البيت، وإن كان لكل من الأسرتين شقة خاصة بها.

[٢] الحالة رقم (٥) (عواطف جعفر) والحالة رقم (٧) (نجاة علي أحمد).

أكثر ارتباطًا بمجال تعليمها وتخصصها مثل: فقه المرأة المسلمة ومجلة الأزهر والعربي. وقد أشارت إحدى المبحوثات (عواطف) إلى أنها لا تهتم بالمجلات النسائية لعدم تعبيرها عن واقع المرأة الريفية.

وفيما يتعلق بالموضوعات الأكثر مقروئية في الصحف: أشارت المبحوثة [1] "نجاة" أنهـا تفضـل قـراءة عمود أنيس منصور والصفحة الأخيرة من الأهرام، وكذلك التحقيقات التي تقدم نقدا لمساوئ المجتمع وتمـس قضاياه في الوفد والأحرار. هذا بينما أفادت "عواطف"[2] بأنها تفضل قراءة الصفحة الأولى بجريدة الأخبـار وصفحة الحوادث، وعمود "فكرة" الذي يكتبه مصطفى أمين، ومذكرات الساسة، وبورصة الأخبار فـي روز اليوسف، ومقال إسعاد يونس في الشباب وعلوم المستقبل، و"ماذا تفعل لو كنت مكاني" في مجلة أكتوبر.

أما بشأن كيفية الحصول على الجريدة، فقد أفادت "نجاة" أنها تشتريها أثناء سفرها إلى أسيوط للعمل، بينما لم تشر الحالة الثانية "عواطف" إلى مصدر للحصول على الجريدة التي تفضل قراءتها.

وحول مدى الانتظار في قراءة الصحف والمجلات، أفادت المبحوثة "نجاة" بأنها غير منتظمة في قـراءة المجلات بالذات ولا تشتريها إلا إذا وجدتها مصادفة، أو تيسر لها شراؤها في محطة أسيوط، مما يؤيد نتائج الدراسة الاستطلاعية الخاصة بارتفاع نسبة عدم الانتظار في متابعة الصحف والمجلات لبعد منافذ التوزيـع وعدم وجود مراكز لها في القرية.

وعن المفاضلة بين الصحف والتليفزيون، أفادت نتائج الدراسة الاستطلاعية بأن التليفزيـون يـأتي فـي المرتبة الأولى في المفاضلة، وقد أيدت دراسات الحالة هذه النتيجة، حيث أكدت جميع المبحوثات على أنهـن يشاهدن التليفزيون ويحرصن على ذلك (١٠ حالات) بينما لا تتابع الصحف سوى مبحوثتين إحداهما بشـكل منتظم والأخرى بشكل غير منتظم.

٢- الإذاعة والتليفزيون:

برامج الإذاعة والتليفزيون المفضلة:

بالنسبة لبرامج الإذاعة أفادت إحدى المبحوثات بأنها تفضل برامج: ربات البيوت، وأخبار خفيفة، وعلـى الناصية، وبرنامج اعترافات في إذاعة صوت العرب، واتفقت معها حالة أخرى، هي المبحوثة "نجـاة" فـي تفضيلها لبرنامجي ربات البيوت وعلى الناصية وإن اختلفت في تفضيلات أخرى، ذكرت أنها تـداوم علـى الاستماع لبعض البرامج الثقافية مثل "مكتبة فلان" و"البرامج الطبية" ويبدو هنا أن تفضيلات البرامج الإذاعية تتأثر بمستوى ثقافي يقترب من اهتمامها، إلا أننا لا يمكن تعميم هذه النتيجة لمحدودية العينة المدروسة التـي لا تمثل بالضرورة كل مجتمع القرية.

---

[1] الحالة رقم (٧) المبحوثة "نجاة علي" حاصلة على شهادة عليا في العلوم الإسلامية.

[2] الحالة رقم (٥) عواطف جعفر حاصلة على الشهادة الإعدادية.

ولقد أكدت دراسات الحالة أن "ثلاث مبحوثات فقط[1] من العشرة يستمعن إلى إذاعة شمال الصعيد وهؤلاء المبحوثات متعلمات وإحداهن، المبحوثة "عواطف جعفر" من قارئـات الصـحف وتهـتم بمتابعـة الإذاعـة والتليفزيون بصفة عامة، ويمكن أن تستنتج من ذلك أن المتعلمات من أبناء القرية أكثـر اهتمامـا بمتابعـة القضايا المحلية التي تعرضها إذاعة شمال الصعيد.

أما بالنسبة لبرامج التليفزيون المفضلة فقد أفادت إحدى المبحوثات أنها تهتم بمتابعة برنامج صباح الخير يا مصر ونشرة الأخبار في حين لم تفاضل بقية المبحوثات بين برنامج وآخر.

برامج المرأة في الإذاعة والتليفزيون:

أشارت نتائج دراسة الحالة إلى أن تسعة مبحوثات أكدن أن برامج المرأة في الإذاعة والتليفزيون لا تعبـر عنهن ولا تعكس صورة صحيحة عن المرأة الريفية بصفة عامة، بينما أفادت مبحوثة واحدة، وهـي آنسـة عاملة، بأن هذه البرامج تناقش مشاكل المرأة العاملة وبالتالي تعبر عنها.

تتفق هذه النتيجة مع نتائج الدراسة التي أجراها قسم الصحافة بكلية الإعلام – جامعة القاهرة وحلل فيهـا المعالجة الإذاعية والتليفزيونية لقضايا المرأة الريفية والتنمية في الريف المصري[2] حيث أشارت هذه النتائج إلى ضعف الاهتمام بقضايا المرأة المصرية الريفية بشكل ملحوظ في البرامج المقدمة من الشبكة الرئيسية في الإذاعة حيث لم تتجاوز نسبة الاهتمام بقضايا المرأة الريفية والتنمية سوى ٨,٤٢% فقط من إجمالي الاهتمام بقضايا التنمية ١,٨٢% من حجم الاهتمام بقضايا المرأة والأسرة رغم أن المرأة الريفية تشـكل ٥٦% مـن إجمالي عدد نساء مصر[3]. ونفس الشيء نجده في المواد التي تبثها قنوات التليفزيون وإن كانت تلك المـواد تبدي اهتماما أكبر قليلاً بالمرأة الريفية من ذلك الذي تبديه المواد الإذاعية، ذلك حيث احتلـت الموضـوعات الخاصة بالتنمية التي تتعرض للمرأة الريفية الترتيب التالي بنسبة ٢٣,٨٦% في القناة الأولى و ٢٣,١٥% في القناة الثانية في حين لم يظهر أي اهتمام بالمرأة الريفية بالقنـاة الثالثـة، وتجـدر الإشـارة هنـا إلـى أن الموضوعات الخاصة بالتنمية التي عرضنا لنسبة اهتمامها بالمرأة الريفية في القنوات الثلاث لا تشغل سـوى ٢٧,٤٨% من حجم اهتمام هذه القنوات بقضايا المرأة بوجه عام[4].

---

[1] – وهن الحالة رقم (٣) المبحوثة "فتحية عبد الرحمن" ٢٣ سنة وحاصلة على ليسانس دار العلوم، والحالة رقم (٥) "عواطف جعفر"، الحالة رقم (١٠)

[2] د. جيهان يسري، المعالجة الإذاعية والتليفزيونية لقضايا المرأة والتنمية في الريف المصري (دراسة تحليليـة لعينـة مـن الخدمات الإذاعية والتليفزيونية عام ١٩٩٢)، قسم الصحافة – كلية الإعلام – جامعـة القـاهرة، فبرايـر ١٩٩٣، وهـذه الدراسات تمثل الشق الإعلامي من البحث الشامل للمرأة والإعلام والذي تعبر الدراسات التي أجريت في قريـة الزرابـي الواردة في هذا التقرير قسما ميدانيا منها.

[3] – د. جيهان يسري، المعالجة الإذاعية.. المصدر السابق مباشرة، ص ١٣.

[4] نفس المصدر، ملحق الجداول، جدول رقم (٢٦).

وبالعودة إلى نتائج دراسات الحالة نجد أن تأكيد المبحوثات على أن برامج المرأة لا تعبر عنهن لم يمنـع من أن بعضهن قد استفاد من هذه البرامج بشكل أو بآخر، فقد أشارت ثلاث مبحوثات إلى أن هـذه البـرامج أفادتهن في تربية أبنائهن، بينما أشارت حالتان، وهما لم تتزوجا بعد، أن هذه البرامج أفادتهما في تعلم الطهي والتفصيل والخياطة[1].

وكانت أهم مقترحات المبحوثات فيما يتعلق ببرامج المرأة هو زيادة عدد الفقرات التي تتحدث عن المـرأة الريفية وتهتم بها في جميع شرائحها ومستوياتها.

مشاهدة المسلسلات والأفلام العربية:

أوضحت نتائج الدراسة العامة أن معظم المبحوثات يشاهدن الأفلام والمسلسلات بشـكل دائـم، وأيـدت دراسات الحالة نفس النتيجة مع تأكيد جميع المبحوثات (١٠ حالات) على تفضيلهن للأفلام القديمة لأنها تعبر في رأيهن، عن الحياة الواقعية والإنسان البسيط وتناقش مشاكل الأسرة المصرية.

متابعة الأفلام الأجنبية:

اتفقت نتائج دراسات الحالة الاستطلاعية من حيث مدى متابعة المبحوثات للمسلسـلات الأجنبيـة، حيـث أشارت المبحوثات غير المتعلمات (الأميات) إلى أنهن لا تشاهدن المسلسلات الأجنبية؛ ذلك لأنهن لا يفهمـن اللغة، وليس بإمكانهن قراءة الترجمة العربية على شاشة التليفزيون، وذكـرت بعـض المبحوثـات أن تلـك المسلسلات تقدم عادات وتقاليد مخالفة لما اعتدن عليه.

أما المبحوثات المتعلمات فقد أكدن متابعتهن للمسلسلات الأجنبية ويبررن ذلك بأنها شائقة ومثيرة وتقدم لهن معرفة بالعالم الخارجي المتقدم، وكانت أهم المسلسلات التي يقبلن على مشاهدتها "فالكون كريست"، "العملاق الأخضر"، "نوتس لاندنج"، "سفينة الحب".

مشاهدة الإعلانات:

أشارت نتائج دراسات الحالة، متفقة مع نتائج الدراسة الاستطلاعية، إلى أن معظم المبحوثـات تشـاهدن الإعلانات، ويرى معظمهن أنها جيدة ولطيفة ومفيدة كوسيلة لترويج السلع، بينما ترى قلة من المبحوثات أنها كثيرة ومملة ومنافية للتقاليد.

وقد احتل إعلان تنظيم الأسرة المرتبة الأولى بين الإعلانات المفضلة (إعلان الـدكتورة كريمـة حسـب تسمية المبحوثات أنفسهن) ثم إعلان الشاي، فإعلان البلهارسيا وتليها الإعلانات التي ينتجها الهلال الأحمـر والخاصة بالتوعية الصحية، ثم تأتي إعلانات المنظمات فإعلانات الملابس، وأخيرا إعلان الشمعدان.

---

[1] ويلاحظ أن إحدى المبحوثات تعمل خياطة؛ لذا جاء تركيزها على هذا الجانب خاصة، وأنها تشـاهد بـرامج المـرأة فـي التليفزيون يوم الجمعة فقط عند الجيران لعدم امتلاكها جهازا خاصا بها.

المفاضلة بين التليفزيون والراديو:

اتفقت معظم الحالات على تفضيل التليفزيون لأنه مرئي ومسلٍ ويعرض أفلاما ومسلسلات، وقد أشار عدد قليل من المبحوثات إلى أنهن تفضلن الراديو؛ لأنه وسيلة لا تشتتهن ويستطعن الاستماع إليه أثناء أداء الأعمال المنزلية وهذه الفئة معظمها من غير المعاملات خارج المنزل اللائي يقضين فترة الصباح في أعمال المنزل.

طريقة مشاهدة التليفزيون:

تشاهد معظم المبحوثات التليفزيون مع الأسرة، وعند الجيران، ثم بمفردها، وأخيرا مع الأقارب وهو ما يؤكد نتائج الدراسة الاستطلاعية من حيث إن المشاهدة الجماعية هي الطريقة الشائعة في متابعة التليفزيون وأنه نادرا ما تجلس المرأة أمام التليفزيون بمفردها.

موعد مشاهدة التليفزيون وإغلاقه:

ترتيبا على ما سبق فإن فترة المساء هي الفترة الحيوية لمشاهدة التليفزيون، وهي الفترة الممتدة من السابعة وحتى العاشر مساء، وأحيانًا تمتد حتى نهاية السهرة.

صورة المرأة في التليفزيون:

رفضت أكثر من نصف المبحوثات صورة المرأة التي يقدمها التليفزيون في برامجه، وأشارت المبحوثات المتعلمات إلى أن التليفزيون يقدم صورة مشوهة للمرأة الصعيدية تظهرها على أنها متخلفة.

نتائج المستوى التحليلي الثاني
الخاص بدراسات الحالة

أولاً: إلى أي مدى أثرت وسائل الإعلام في تنمية المرأة في القرية المصرية تطبيقًا على قرية الزرابي:

١- أثبتت دراسات الحالة أن هناك مبحوثتين[1] فقط تداومان على قراءة الصحف من بين عشر مبحوثات أجريت عليهن دراسات الحالة. وعلى الرغم من أن إحداهن قد أجابت بما يفيد معرفتها بالأحزاب الخمسة الرئيسية وبالحياة ودرايتها بانتخابات مجلس الشعب والشورى والرئاسة، إلا أننا لا نستطيع أن نرجع ذلك إلى قراءتها للصحف وحدها حيث إنها متزوجة من عضو في الحزب الوطني الذي ربما أسهم في تكوين وعيها السياسي على هذه الشاكلة.

من ناحية أخرى فإن الوعي السياسي للمبحوثتين لم يصل بهما إلى حد المشاركة السياسية، فكلتاهما لا تمتلكان بطاقات انتخابية ولا تشاركان في الانتخابات. أما عن أسس اختيار المرشح لو حدث وشاركتنا في الانتخابات فأفادت إحداهن بأنها ستنتخب الأصلح بغض النظر عن كونه من القرية أم لا، بينما لم تجب الأخرى عن هذا السؤال. وهذه النتيجة تطابق نتيجة الدراسة الاستطلاعية على النساء في القرية، فأغلبهن لا يملكن بطاقات انتخابية ولا يشاركن في الانتخابات. ويمكن إرجاع ذلك إلى عدة أسباب تأتي العادات والتقاليد في مقدمتها، حيث إن الرجال فقط هم الذين لديهم الحق في المشاركة في الانتخابات في حين تحرم النساء من ذلك.

ويبدو أن هناك ابتعادا مقصودا عن المشاركة السياسية لدى بعض المبحوثات، حيث أفادت إحداهن[2] بأنها غير مقتنعة بجدوى الانتخابات.

أما عن رأي المبحوثتين القارئتين للصحف في إمكانية تولي المرأة المناصب القيادية (عمدة – رئيس جمهورية)، فقد اتفقنا على صلاحية المرأة لتولي هذين المنصبين إلا أنها ستواجه مشكلات كثيرة أهمها عدم تقبل الرأي العام لفكرة تولي المرأة هذه المناصب القيادية.

---

(١) وهي الحالة رقم (٧) نجاة علي أحمد "مدرسة وحاصلة على شهادة عليا في الدراسات العربية والعلوم الإنسانية، وهي آنسة وتعيش مع شقيقها وحدهن في شقة ويعيش عمها وأسرته في شقة أخرى منفصلة بنفس المنزل بعد وفاة والدها الذي كان متعلما، ويعمل بالتجارة.

والثانية الحالة رقم (٥) وهي "عواطف جعفر"، حاصلة على الإعدادية وهي من الجيل الوسط إذ تبلغ مع العمر ٣٧ عاما، ولديها سبعة أولاد وهي تعمل خارج المنزل في تربية الطيور والدواجن، ومتزوجة من مأذون القرية.

(٢) الحالة رقم (٧) "نجاة علي أحمد".

٢- وحول ارتباط قراءة الصحف بالوعي بقضايا الأسرة والقرية والمجتمع. فقد أثبتت نتائج دراسة الحالة أن هناك ارتباطا قويا بين قراءة الصحف وهذا الوعي. فلقد كشفت إجابات المبحوثتين عن وعي مرتفع بأهم مشكلات، حيث اتفقتا على أن أهم المشكلات، التي تواجه الأسرة والقرية معا هي البطالة والجهل والتخلف وغلاء المعيشة ومحدودية الدخل وانعدام الخدمات، أما أهم مشكلات المجتمع ككل فهي اللامبالاة المتمثلة في عدم تصدي الجماهير لحل مشكلاتها. كذلك أشارت المبحوثتان إلى أن أهم مشكلات المرأة هي الأمية وعدم وجود دخل خاص للنساء بسبب عدم تدريب الفتيات على حِرفٍ تمكنهن من الحصول على دخل، إي انخفاض مستوى التدريب الفني للفتيات القادرات على العمل.

٣- أما عن تأثير قراءة الصحف على تبني قيم اجتماعية بعينها. فقد أثبتت النتائج أن الحالتين تتفقان على ضرورة تعليم الفتاة وألا يعوقها الزواج عن ذلك، وأن على الرجال مساعدة زوجاتهم في الأعمال المنزلية وذلك حتى تستمر الحياة الزوجية وتكون مبنية على التفاهم والمشاركة.

لا شك أن اتفاق الحالتين على هذه القيم الإيجابية يعكس تطورا لوعي المرأة الريفية في النظر إلى قيمة تعليم الأنثى، وكذلك في إحداث تعديل ولو بسيط وهامشي في تصورها لتوزيع الأدوار بين الرجل والمرأة داخل منظومة العلاقات الأسرية. إلا أننا لا نستطيع الجزم بعمق هذا التحول في تطور وعي المرأة الريفية نتيجة لتأثير الصحافة عليها، برغم الرؤية المتقدمة التي أعربت عنها الحالتان المبحوثتان، إلا أنهما أعربتا كذلك عن موقف مؤيد ومتبنٍ لكثير من القيم التقليدية المحافظة، حيث أكدتا على أن الرجل يجب أن تكون كلمته مسموعة ومطاعة، وأن المرأة المتزوجة يجب ألا تعمل وإنما تبقى بالمنزل لرعاية أطفالها الصغار وتربيتهم، وأن اختيار الزوج للابنة حق الأسرة وإن كان يجب أخذ رأي الفتاة الموافقة. ومن هنا تشير نتائج الدراسة إلى صعوبة القول بوجود ارتباط ملموس بين قراء الصحف وتبني قيم اجتماعية بعينها حيث أفادت بأن المبحوثتين اللتين تقرآن الصحف لا تتميزان بوضوح عن باقي المبحوثات ولا تختلفان في إقرار وتبني هذه القيم.

٤- كانت نتائج الدراسة الاستطلاعية قد أشارت إلى عدم قراءة الصحف يرتبط بعمل الأمية إلا أن نتائج دراسات الحالة تفيد بأن الأمية ليست السبب الوحيد؛ حيث لم يثبت وجود ارتباط بين مستوى التعليم وبين الانتظام في قراءة الصحف، فالمبحوثتان اللتان تقرآن الصحف أحداهما حاصلة على درجة علمية والأخرى حاصلة على الإعدادية وكلتاهما لا تقرآن الصحف بانتظام.

٥- أثبتت دراسات الحالة أن هناك مؤشرا يجب الانتباه إليه، وهو ارتباط العامل الاقتصادي بقراءة الصحف، فالحالتان اللتان تقرآن الصحف لديهما مصدر مستقل للدخل هو التدريس في الحالة الأولى وتربية الطيور في الحالة الثانية، كما أنهما تتمتعان بحرية التصرف في جزء من هذا الدخل، فضلاً عن أن المستوى الاقتصادي لأسرتيهما مستوى متوسطٌ يسمح لهما بشراء الصحف.

فيما يتعلق بوسائل الإعلام الأخرى (الإذاعة والتليفزيون):

١- أثبتت دراسات الحالة أن جميع المبحوثات يتعرضن للإذاعة والتليفزيون. وتشير النتائج إلى وجـود ارتباط بين متابعة الإذاعة والتليفزيون وبين ارتفاع الوعي السياسي للمبحوثات ومعرفتهن ببعض ما يدور بالساحة السياسية المصرية، حيث تبين أن هناك خمس مبحوثات يعرفن المرشح في انتخابات الرئاسة ومجلس الشعب ومجلس الشورى والمجلس الشعبي المحلـي، وأربـع مبحوثـات يعـرفن المرشح في انتخابات رئاسة الجمهورية فقط. وقد أفادت ست مبحوثات لا يعرفن حـزب التجمـع، وأضافت مبحوثة حزب الأحرار وأخرى الحزب الناصري، وتبين أيضـا أن أربعـا مـن هـؤلاء المبحوثات يعرفن الأحزاب من خلال وسائل الإعلام المختلفة، إلا أن معرفتهن بالأحزاب لم تصـل بهن إلى درجة المشاركة السياسية، حيث تبين أن هناك مبحوثتين فقط لديهما بطاقات انتخابية فضلاً عن عدم ذهاب أي منهما للتصويت في الانتخابات.

٢- وعن ارتباط التعرض لوسائل الإعلام بمستوى وعي المبحوثات بقضايا الأسرة والقرية والمجتمـع، فقد كشفت الدراسة عن وجود ارتباط بين التعرض لوسائل الإعلام وبين الوعي بمشكلات المجتمع، حيث أكدت المبحوثات أن أهم مشكلة تواجه مصر الآن هي الإرهاب. وفي اعتقادهن أن المسـئول الأول عن هذه المشكلة هي الحكومة، ويمكن حل المشكلة عن طريق إقامة المزيد من المشـروعات التي تستوعب الشباب باعتبار أن البطالة والفقر يدفعان الشباب للإرهاب. كذلك أثارت المبحوثـات مشكلة الغلاء وارتفاع الأسعار وأكدن أن الحكومة هي المسئولة عن ذلك. ويمكنها حل المشكلة عن طريق خفض الأسعار. وقد عادت المبحوثات أكثر من مرة لمشكلة الإرهاب بتأكيدهن على أن حل المشكلة يكمن في توفير فرص عمل للشباب وتوعيته.

٣- كشفت دراسات الحالة عن وجدود ارتباط بين التعرض لوسائل الإعلام وبين تغييـر بعـض القـيم والمفاهيم الاجتماعية، وإن كانت هذه الارتباطات بحاجة إلى دراسة تفصيلية أعمق، فقد اتضـح أن المبحوثات يوافقن على أن الرجل الذي يأخذ برأي زوجته رجل "فاهم وممتاز" واستخدمت بعضهن تعبير "ديمقراطي" وأن الرجل الذي يساوي بين الولد والبنـت رجـل ديمقراطـي. كـذلك أكـدت المبحوثات على أهمية تعليم البنت وأن الزواج لا يجب أن يحرم البنت من استكمال تعليمها.

كما أن هناك مؤشرات على تغير بعض القيم والعادات الأخرى ولكن بدرجات أقل، فعلـى الـرغم مـن موافقة جميع المبحوثات (ما عدا واحدة)[1] على أن يختار الزوج والأسرة عريس البنت، لكنهن وضعن شرط موافقة البنت كشرط أساسي لأنها صاحبة الشأن. كذلك أكدت سبع مبحوثات على ضرورة أن يساعد الرجـل المرأة في أعمال المنزل ولكن في الأعمال الخفيفة فقط.

[1] الحالة " رئيسة " وهي حاصلة على شهادة محو الأمية، وتعمل الآن خياطة، وتدرب الفتيات على ذلك عند الراهبات.

كما أشارت ست مبحوثات من العشر على ضرورة أن تعمل المرأة، بل إن خمسا منهن أكدن على ضرورة عمل المرأة حتى لو لم تكن هناك حاجة اقتصادية لذلك.

ثانيا: إلى أي مدى أثر عامل "التعليم" في تنمية المرأة في القرية:

اشتملت دراسات الحالة ثلاثة مستويات تعليمية: ثلاث مبحوثات حاصلات على شهادات جامعية (تعليم عال)، أربع مبحوثات حاصلات على الإعدادية، وواحدة حاصلة على شهادة محو الأمية (تعليم دون المتوسط)، ثلاث مبحوثات أميات. وسيتم رصد الارتباط بين متغير التعليم والمحاور الآتية:

١- المحور الثقافي والإعلامي:

أ- أوضحت دراسة الحالة عدم وجود ارتباط بين مستوى التعليم وبين المداومة على قراءة الصحف، حيث لا تداوم على قراءة الصحف سوى مبحوثة واحدة من الحاصلات على تعليم جامعي، وواحدة من الحاصلات على تعليم أقل من المتوسط.

ب- أثبتت الدراسة أن هناك ارتباطا بين متغير التعليم وبين مدى استفادة المبحوثات ذوات التعليم العالي من برامج المرأة في الإذاعة والتليفزيون وخاصة فيما يتعلق بتربية الأبناء والأزياء والتطريز ومشاكل المرأة في العمل، بينما أشارت اثنتان (من بين أربع) من ذوات التعليم أقل من المتوسط إلى أنهما لم يستفيدا من برامج المرأة. ولم تستفد سوى مبحوثة واحدة من الأميات من تلك البرامج.

من الواضح أن التعليم يوسع مدارك المرأة الريفية ويجعلها أكثر تفهما لقضاياها. كما أن من الواضح أيضا أن برامج المرأة في الإذاعة والتليفزيون معدة بصورة تجعل متابعتها أيسر كلما ارتفع المستوى التعليمي للمرأة التي تتعرض لهذه الوسائل الإعلامية خاصة فيما يتعلق بقضايا المرأة والأسرة التي توجه بالأساس للمرأة الحضرية، وهذا تؤكده الدراسة التحليلية للخدمات الإذاعية والتليفزيونية لقضايا المرأة والتنمية في الريف المصري[(١)] فلقد، أشارت نتائج الدراسة إلى أن المرأة الريفية، والفلاحة تحديدا، لا تمثل سوى ٠,٣٢% [(٢)] من الجمهور الذي تستهدفه البرامج الإذاعية التي تتعرض لقضايا المرأة المصرية والأسرة. لذا فمن المهم تطوير المستوى التعليمي للمرأة الريفية حتى تتمكن من استيعاب الأساليب الحديثة في معالجة قضاياها الأسرية، خاصة تربية الأبناء، لكن هناك ضرورة أيضا لتعديل صياغة ومحتوى برامج المرأة في الإذاعة والتليفزيون بحيث يسهل استيعابها من قبل المرأة الريفية البسيطة الأمية أو ذات المستوى التعليمي المتدني.

يلاحظ أيضا أن الاهتمام بالموضوعات التقليدية للمرأة (الأزياء) يزداد بارتفاع المستوى التعليمي للمبحوثات، فالفلاحة الريفية الأمية، أو ذات المستوى التعليمي المتدني، لا تبدي اهتماما بالبرامج التي تركز على الأزياء وأدوات التجميل، بينما تبدي المرأة المتعلمة، وبوجه عام التي تعمل خارج المنزل - اهتماما أكبر بتلك القضايا، لذا تهتم بمتابعة برامج المرأة المختصة بهذا الجانب.

---

(١) د. جيهان يسري، مصدر سبق ذكره.

(٢) نفس المصدر، ص ٢٦.

٢- المشاركة السياسية:

أ- ارتبط ارتفاع مستوى التعليم بارتفاع مستوى الوعي بالحياة السياسية. فقد أكدت اثنتان من المبحوثات ذواتا التعليم العالي أنهما يعرفان انتخابات رئاسة الجمهورية ومجلس الشعب والمجلس المحلي. وكذلك أشارت جميع المبحوثات إلى معرفتهن بالحزب الوطني وحزب العمل والوفد والأحرار والتجمع. أما المبحوثات ذوات التعليم الأقل من المتوسط فقد عرفت ثلاث منهن انتخابات رئاسة الجمهورية، واثنتان عرفتا انتخابات مجلس الشعب ومجلس الشورى والمجلس المحلي. كما عرفت جميع المبحوثات حزب العمل فقط، ولم تعرف سوى اثنتين الحزب الوطني واثنتان عرفتا حزب التجمع وواحدة الحزب الناصري.

أما على مستوى المبحوثات الأميات فأشارت نتائج الدراسة إلى اثنتين من الأميات تعرفان انتخابات الرئاسة، منهما واحدة تعرف انتخابات مجلس الشعب أيضا. بينما هناك اثنتان لا تعرفان شيئًا عن الأحزاب في مصر في حين تعرف واحدة الحزب الوطني والوفد والعمل والتجمع.

ب- أثر "عامل التعليم" كذلك في اتجاهات رأي المبحوثات في العاملين بالسياسة. فقد أكدت اثنتان من المبحوثات الجامعيات أنهن لو توفرت لهن فرصة اختيار مرشحين في الانتخابات فسوف ينتخبن المرشح الأصلح بغض النظر عن كونه من القرية أم لا، بينما أكدت واحدة فقط من المبحوثات ذوات التعليم الأقل من المتوسط أنها سوف تختار المرشح الأصلح، ورأت الأخرى أنها سوف تنتخب مرشح القرية، بينما لم تجب المبحوثات الأخريات عن السؤال. ويزداد الابتعاد عن تفضيل الأصلح وسط الأميات، حيث أقرت مبحوثتان من الأميات أن اختيارهما سوف يكون لابن البلد، ولم تجب الثالثة عن السؤال، أي أن التحيز لأهل القرية يزداد عند الأميات.

ج- على الرغم من أن إحدى المبحوثات الجامعيات لديها بطاقة انتخابية إلا أنها لا تشارك في الانتخابات لإحساسها بعدم جدواها، وهناك مبحوثة أخرى لديها بطاقة انتخابية إلا أنها لم تشارك في الانتخابات بعد، أما الأميات فلا يشاركن في الانتخابات وليس لديهن بطاقة انتخابية.

٣- الوعي بقضايا الأسرة والمجتمع:

انعكس مستوى التعليم بشكل كبير على الوعي بقضايا الأسرة والقرية والمجتمع، فقد ركزت المتعلمات على قضايا لها طابع عام. فيما يتعلق بمشكلات الأسرة ذكرت الجامعيات الغلاء كمشكلة كبرى تواجه أسرهن وأسر الآخرين. كما ذكرت اثنتان من المبحوثات، الحاصلات على تعليم أقل من المتوسط مشكلة البطالة كمشكلة تواجه أسرهما وأسرا أخرى. هذا بينما حددت الأميات المشاكل في: ارتفاع الأسعار وتوفير مبالغ لترميم البيت وتربية الأبناء ورأت المبحوثات الجامعيات أن مشاكل مصر تتركز على الأمية والبطالة والإرهاب، وأن المسئول عن هذه المشاكل هو الحكومة والشعب. ورأت المبحوثات ذوات التعليم الأقل من المتوسط أن مشاكل مصر تتركز في الغلاء والمسئول عن ذلك هو الحكومة. أما الأميات فقد أشرن إلى أن مشاكل مصر هي الإرهاب والمسئول عنها الشباب المتهور. وبذلك تؤكد نتائج الدراسة ارتباط متغير التعليم بوعي المرأة الريفية بالمشكلات التي تحيط بها.

٤- رأى المبحوثات في بعض القيم والعادات الاجتماعية:

أ- لم تكشف نتائج الدراسة عن أثر للتعليم في تباين آراء المبحوثات في القيم الاجتماعية السائدة في القرية سوى فيما يتعلق باختيار البنت لعريسها، ففي حين أكدت جميع المبحوثات الجامعيات على ضرورة أن تختار البنت عريسها بنفسها، رأت اثنتان من المبحوثات الحاصلات على تعليم أقل من المتوسط ضرورة أن تختار البنت عريسها بنفسها بشرط موافقة الأسرة، أما المبحوثات الأميات فقد رأت إحداهن أن اختيار البنت لعريسها عيب، ورأت أخرى ضرورة موافقة الأسرة، بينما تحفظت الأخيرة مع إقرارها بإمكانية ذلك.

ب- ارتبط متغير التعليم ارتباطًا ايجابيا مطردا مع احترام قيمة العمل، فأكدت جميع المبحوثات الجامعيات على ضرورة أن تعمل المرأة بغض النظر عن إمكانيات الزواج الاقتصادية، بينما رأت ثلاث من المبحوثات الحاصلات على تعليم أقل من المتوسطة ضرورة عمل المرأة، بينما لم تر سوى مبحوثة واحدة من الأميات أن العمل ضرورة للمرأة.

٥- حجم وطبيعة عمل المرأة:

ظهر الارتباط بين متغير التعليم وبين عمل المرأة فقط وسط المبحوثات الجامعيات حيث إن جميعهن يعملن خارج المنزل ويساهمن في دخل الأسرة ويتعرضن لمشاكل المواصلات والعمل، بينما تدخل العامل الاقتصادي وبرز أكثر من عامل التعليم كدافع لعمل المرأة بالنسبة لبقية المبحوثات، حيث تبين أن اثنتين من الأميات يعملن، واحدة منهن تعمل خارج المنزل، بينما تعمل اثنتان من الحاصلات على تعليم أقل من المتوسط داخل المنزل ولا تعمل بقية المبحوثات.

٦- مكانة المرأة والإناث داخل الأسرة:

لم يتضح من الدراسة وجود ارتباط بين التعليم ومكانة المرأة داخل الأسرة سوى في أن الزوج يأخذ رأي الزوجة الجامعية في الأمور المتعلقة بالعمل. أما القرارات الخاصة بالأسرة (تعليم الأولاد – البيع والشراء.. إلخ) فلم يتضح وجود ارتباط بين مشاركة المرأة فيها وبين مستوى تعليمها فالمتعلمات وبعض الأميات أجبن بأن لهن رأي في القرارات الخاصة بالأسرة.

٧- البعد الاجتماعي للأسرة: مستوى التعليم عند الوالدين وأثره على تعليم البنات:

اتضح من الدراسة أن تعليم الأم يشكل عاملا هاما ومؤثرا في تعليم البنات في القرية، حيث إن اثنتين من الحاصلات على تعليم جامعي أماهما متعلمتان، بينما الثالثة والدها فقط هو المتعلم، أما في حالة المبحوثات الحاصلات على تعليم أقل من المتوسط فإن ثلاثا منهن آباؤهن أميون. إن تلك النتيجة تعطي مؤشرا على أن تعليم الأم له الأثر الأكبر في تعليم البنات خاصة في المرحلة الجامعية، وأن عدم إحساس الأم غير المتعلمة بأهمية التعليم يسهم في أمية الفتاة في الصعيد (خاصة في الجيل القديم الذي لم يتعرض لوسائل الإعلام الحديثة).

ثالثًا: إلى أي مدى أثر عنصر "العمل" في تنمية المرأة في القرية؟:

اشتملت دراسات الحالة ثلاثة مستويات للعمل، خمس مبحوثات يعملن خارج المنزل، اثنتان داخل المنزل في تربية الدواجن، ثلاث لا يعملن على الإطلاق. وقد أفادت نتائج الدراسة في إقامة علاقة ارتباط بين العمل والمحاور الآتية:

١- المحور الثقافي والإعلامي:

أ- أوضحت النتائج أنه لا يوجد ارتباط بين خروج المرأة للعمل وبين المداومة على قراءة الصحف، حيث لا تداوم على قراءة الصحف سوى مبحوثة واحدة من النساء اللائي يعملن خارج المنزل ومبحوثة من اللائي يعملن داخل المنزل في تربية الدواجن، وإن كانت الأخيرة لم تذكر شيئًا حول الجريدة المفضلة لديها أو الكُتاب والصحفيين الذين تقرأ لهم، واكتفت بالمطالبة بتخصيص صفحة للمرأة في الصحف المصرية (إلا أن هذه الصفحة موجودة بالفعل مما يشير إلى أن المبحوثة لا تداوم على قراءة الصحف، أو تهتم بموضوعات محددة لا تنتبه لغيرها في الصحف التي تقرؤها).

ب- تنطبق نفس الملاحظة على وسائل الإعلام الأخرى (الإذاعة والتليفزيون) حيث لم تثبت النتائج وجود أي ارتباط بين خروج المرأة للعمل وبين متابعتها للمواد الإعلامية الإذاعية والتليفزيونية. فجميع المبحوثات تتابعن الراديو والتليفزيون، وأن سجلت الدراسة نسبة مرتفعة من النساء اللائي يعملن خارج المنزل بأنهن يتابعن برامج المرأة في الإذاعة، وأشارت إحداهن إلى إنها قد استفادت من هذه البرامج في الأزياء والتطريز والخياطة وتربية الأبناء، بينما أكد أربع من هؤلاء المبحوثات أن برامج المرأة لا تعبر عنهن وبالتالي لم يستفدن منها، وطالبن بإعداد برامج تعبر عن المرأة الريفية.

إن اعتراض بعض المبحوثات على برامج المرأة باعتبارها لا تعبر عن المرأة الريفية يتفق وما توصلت إليه الدراسة التحليلية للخدمات الإذاعية والتليفزيونية التي أنجزها قسم الصحافة كجزء من بحث شامل تمثل فيه دراسة قرية الزرابي جزءا ميدانيا، فالدراسة التحليلية قد أكدت ضعف الاهتمام بقضايا المرأة الريفية بشكل ملحوظ في البرامج المقدمة من الشبكة الرئيسية[(١)]، حيث شكلت نسبة الاهتمام بقضايا المرأة المصرية الريفية والتنمية ٨,٤٢% فقط من إجمالي الاهتمام بقضايا التنمية و ١,٨٢% من حجم الاهتمام بقضايا المرأة والأسرة رغم أن المرأة الريفية تشكل ٥٦% من إجمالي عدد النساء في مصر، ومن ثم كان المتوقع أن يتناسب الاهتمام بقضاياها ويتلاءم ونسبة وجودها في المجمع، ولا يقتصر ذلك التجاهل على الشبكة الرئيسية بالإذاعة، وإنما تشير نتائج الدراسة التحليلية للخدمات الإذاعية والتليفزيونية أيضا إلى أن إذاعة القاهرة الكبرى هي الأخرى لم تتناول أية قضية تتعلق بالمرأة الريفية خلال فترة التحليل رغم غلبة سكان الريف[(٢)].

---

(١) د- جيهان يسري، مصدر سبق ذكره، ص ١٣.

(٢) د جيهان يسري، مصدر سبق ذكره، ص ١٣.

أما فيما يتعلق بالمادة الإعلامية التي يقدمها التليفزيون فقـد أشـارت نتـائج الدراسـة المـذكورة إلـى أن الموضوعات الخاصة بالتنمية التي تتعرض للمرأة الريفية قد احتلت الترتيب الثاني من حيث حجـم اهتمـام قنوات التليفزيون بقطاعات المرأة المصرية، بنسبة ٢٣,٨٦% في القناة الأولى، و ٢٣,١٥% في القناة الثانية، ولم يظهر اهتمام بالمرأة الريفية وقضاياها في القناة الثالثة.

إن نتائج دراسات الحالة تعكس رفض قطاع من المبحوثات للتجاهل الذي تبديه الإذاعة والتليفزيون للمرأة الريفية، وإن كان هناك رأي مختلف عبرت عنه إحدى المبحوثات اللائي يقمن بعمل منزلي حيث أكدت أنهـا تتابع برامج المرأة أحيانًا وأن هذه البرامج تعبر عنها وتحقق لها بعض الإفادة.

ج- ترتيبا على النتائج السابقة فقد ثبت أن عنصر العمل لم يؤثر على دوام متابعة المبحوثات للأعمـال الدرامية في الإذاعة والتليفزيون حيث أكدت جميع المبحوثات على متابعتهن للمسلسلات وتفضيلهن للأفلام القديمة.

٣- المشاركة السياسية:

أ- أكدت نتائج دراسات الحالة وجود ارتباط قوي بين خروج المرأة للعمل والدراية بالحياة السياسـية؛ حيث أكدت أربع مبحوثات من اللائي يعملن خارج المنزل معرفتهن بالأحزاب الرئيسية في مصـر (الوطني الديمقراطي – العمل – الوفد – الأحرار – التجمع)، في حين جاءت إجابات اللائي تعملن داخل المنزل لتشير إلى معرفة أدنى نسبيا بالحياة السياسية، حيث أجابـت أحـداهن أنهـا تعـرف انتخابات رئاسة الجمهورية ومجلس الشعب، أما الأخرى فـلا تعـرف سـوى انتخابـات رئاسـة الجمهورية فقط، وأما المبحوثات اللائي لا يعملن على الإطلاق فكانت منهن واحدة تعرف انتخابات الرئاسة، وواحدة تعرف انتخابات مجلس الشعب والشورى، وواحدة لا تعرف أي شيء عـن هـذه الانتخابات.

ب- أكدت دراسات الحالة أن عنصر العمل، رغم تأثيره على مستوى الوعي بالحياة السياسية، إلا أنه لا يؤثر بقدر كبير في المشاركة السياسية، حيث أجابت ثلاث مبحوثات بأنهن لـيس لـديهن بطاقـة انتخابية، وواحدة لديها بطاقة لكنها لا تصوت في الانتخابات لعدم اقتناعها بجدواها، وأجابت أخرى بأنها تمتلك بطاقة انتخابية لكنها لم تصوت بعد في الانتخابات، وقد كانت تلك المواقف غير مرتبطة بعمل المرأة سواء داخل المنزل أو خارجة.

٤- مصادر دخل الأسرة:

أ- أثر متغير عمل المرأة بشكل ملحوظ في مصادر دخل الأسرة، فأربع مبحوثات من الخمس اللائـي يعملن خارج المنزل يعد دخلهن مصدرا أساسيا من مصادر دخل الأسرة، بينما كان دخل المبحوثات اللائي يقمن بتربية الدواجن مصدرا ثانويا لدخل أسرهن.

ب- أكدت الدراسة وجود ارتباط بين عمل المرأة وبين دورها في تحديد أوجه الإنفاق في الأسرة، فقد أكدت جميع النساء العاملات أن لهن دورا في تحديد أوجه الإنفاق في الأسرة، بينما أكدت إحدى المبحوثات اللائي لا يعملن أن دورها في تحديد أوجه الإنفاق في الأسرة يقتصر على المأكل والمشرب فقط، وأكدت المبحوثتان الأخريان أن ليس لهما دورا على الإطلاق. كذلك أثر متغير العمل في ارتفاع مستوى مشاركة المبحوثات المتزوجات العاملات في عملية اتخاذ القرار داخل الأسرة، حيث أكدن أن أزواجهن يأخذون برأيهن في تعليم الأبناء والبيع والشراء ومشكلات الأسرة. بينما أكدت المبحوثات اللائي لا يعملن أن الزوج هو صاحب القرار الوحيد في البيع والشراء وتعليم الأبناء.

الاقتراحات والتوصيات:

أولاً: على الجانب الإعلامي:

١- ضرورة تخصيص مساحات في صفحات المرأة في الصحف لعرض مشاكل المرأة الريفية وإبراز أنشطتها وما تقوم به من أعمال سواء خارج المنزل أو داخله.

٢- زيادة البرامج والفقرات الخاصة بالمرأة مع التركيز على المرأة الريفية في جميع شرائحها وفئاتها في الإذاعة والتليفزيون.

٣- التركيز على برامج محو الأمية خاصة في الإذاعات والقنوات التليفزيونية الإقليمية لأنها تلبي حاجة أساسية للمرأة الصعيدية وتتناسب مع الظروف التي تقيد حريتها في الخروج من المنزل للانتظام في البرامج التي قد تعدها المؤسسات الموجودة بالقرية.

٤- إعداد الموضوعات الصحفية والبرامج التي تخاطب المرأة الصعيدية، والريفية بوجه عام، بلغة واضحة وتتناسب مع بيئتها وتسهم في رفع وعيها في مجالات الصحة وتربية الأبناء والمشاركة السياسية والاجتماعية.

ثانيا: على الجانب الاجتماعي:

١- استمرار التأكيد على ضرورة رفع سن زواج الفتيات في الريف.

٢- الاهتمام بالتعليم بشكل عام وتعليم الإناث على وجه الخصوص.

٣- تشجيع المرأة على الخروج للتعليم والعمل والمشاركة في النشاطات الاجتماعية والسياسية.

٤- الاهتمام بدور الجمعيات الأهلية وزيادة فاعلية الأحزاب السياسية خاصة في الريف.

٥- العمل على زيادة حجم وطبيعة مشاركة المرأة الريفية في الحياة السياسية والاقتصادية.

الفصل الرابع

قرية كمشيش

نتائج الحالة في قرية كمشيش

أولا: البيانات الأساسية الخاصة بالحالات المدروسة:

أجريت الدراسة على عشر سيدات جاءت بياناتهن على النحو التالي:

السن:

تتراوح أعمار السيدات المبحوثات ما بين ٥٠ سنة و ٢٥ سنة ويأتي بينهما الأعمار الآتية: ٤٧ سنة و٤٠ سنة و٣٢ سنة و٣١ سنة. ومن ثم فإن الحالات المبحوثة روعي في اختيارها أن تمثل النساء في سن الشباب والنضج.

التعليم:

أثبتت الدراسة الاستطلاعية أن نسبة الأمية في قرية كمشيش تبلغ ٥٠,٥ % من جملة السكان وتزيد بين الإناث عنها بين الذكور. وقد روعي ذلك عند اختيار الحالات المدروسة فجاءت خمس حالات من بين العشر أميات بنسبة ٥٠%، أما المتعلمات منهن ثلاث حاصلات على دبلومات متوسطة (دبلوم تجارة، ودبلوم معلمات، ودبلوم تمريض) واثنتان حاصلتان على مؤهلات جامعية بكالوريوس تجارة وبكالوريوس علوم وتربية.

العمل:

بلغت نسبة السيدات العاملات بين الحالات المدروسة ٩٠% والمرأة في كمشيش بصفة عامة لها دور مهم في الأنشطة الاقتصادية داخل القرية خاصة في الزراعة والتجارة، مثل: تجارة الطيور والبيض ومنتجات الألبان والخضراوات، كما أن بعض أفراد العينة يعملن في مهام مختلفة هي (مدرسة ابتدائي، أعمال إدارية في مدرسة ابتدائية، العمل في محل إكسسوار للسيارات ملك للزوج، مدرسة رياضيات، ومدرسة بالمدرسة الثانية التجارية) وباستثناء حالة واحدة فإن كافة أفراد العينة تمارس أعمالا خارج المنزل.

الحالة الاجتماعية:

تم اختيار ٩ حالات متزوجات وحالة واحدة غير متزوجة (حاصلة على مؤهل عال) وتراوحت سنوات الزواج ما بين ٣٣ سنة و٨ سنوات.

عدد مرات الحمل والإنجاب:

تراوحت عدد مرات الحمل والإنجاب ما بين ١٠ مرات ومرتين فقط، ويأتي بينهما ٨ مرات و ٦ مرات و ٤ مرات ٣ مرات وإن كان يلاحظ تساوي عدد مرات الحمل مع عدد الأولاد بين النساء والشابات والمتزوجات حديثًا نسبيا وذلك بالمقارنة بالنساء الأكبر سنًا والمتزوجات من فترة طويلة؛ مما يعطي دلالة واضحة عن ازدياد الوعي الصحي والخدمات الصحية المتاحة الآن.

عدد الأبناء:

بلغت نسبة من يزيد أولادهن على ٣ أبناء ٤٤,٤% بين أفراد العينة في حين لم تزد نسبة من لديهن ثلاثة أبناء عن ٤٤,٤% ووصلت نسبة من لديهم ١١,٢% وهو ما يعكس ويتفق في الوقت نفسه مع نتائج الدراسة الاستطلاعية من حيث ارتفاع معدل الإنجاب في قرية كمشيش بصفة عامة.

الأفراد المقيمون مع الأسرة:

يلاحظ أن معظم الحالات (سبع حالات) تقيم مع الزوج والأولاد فقط، بينما تقيم أم الزوج مع الحالتين الأخريين في مسكن واحد، وتقيم المبحوثة التي لم يسبق لها الزواج مع أسرتها.

بيانات معيشية خاصة بالأسرة:

الحالة الأولى : الزوج ٣٩ سنة حاصل على بكالوريوس زراعة ويعمل مهندسا زراعيا ويمتلك ٤/١ فدان، الزوجة حاصلة على دبلوم تجارة وتعمل في مدرسة ابتدائية. لديهما ٤ أبناء تتراوح أعمارهم ما بين ١٢ سنة و ٣ سنوات وجميع الأولاد في سن التعليم.

الحالة الثانية : الزوج ٣٥ سنة حاصل على دبلوم معلمين ويعمل مدرسا في مدرسة ابتدائية ويمتلك ٤/١ فدان. الزوجة حاصلة على دبلوم معلمات وتعمل مدرسة، لديها بنت ٦ سنوات في التعليم الابتدائي وولد ٥ سنوات لم يدخل المدرسة بعد.

الحالة الثالثة : الزوج ٤١ سنة حاصل على شهادة الابتدائية ويعمل فلاحا في الأرض التي يمتلكها (٣ قراريط). الزوجة أمية عمرها ٤٧ سنة وتعمل بالزراعة في الأرض التي تمتلكها الأسرة. لديها ٥ بنات جميعهن - باستثناء الصغرى - في مراحل التعليم المختلفة. تعيش معهم والدة الزوج (٧٠ سنة، أمية، أرملة، لا تعمل).

الحالة الرابعة : الزوج: ٣٧ سنة أمي يعمل زراعيا بالأجرة ولا يمتلك أرضا زراعية. الزوجة أمية تعمل فلاحة بالأجر، لديها ٤ بنات وولد تتراوح أعمارهم ما بين ١٦ سنة و٨ سنوات، ثلاث بنات أميات يعملن في طحن الذرة والزراعة، أما البنت الرابعة والولد فهما في مرحلة التعليم الأساسي.

الحالة الخامسة : الزوج ٣٦ سنة حاصل على الشهادة الابتدائية يعمل في الأردن ولا توجد ملكية زراعية. الزوجة أمية حارسة منزل وتزرع لحسابها الأرض الموجودة حوله. لديهما بنتان وولد تتراوح أعمارهم ما بين ١١ سنة وسنتين. البنت الكبيرة في المدرسة أما الأبناء الأصغر منها دون السن القانوني لدخول المدارس.

الحالة السادسة : الزوج ٤٩ سنة حاصل على شهادة محو الأمية، يعمل سائقًا على سيارة بيجو يمتلكها كما أن لديه محلاً لبيع قطع غيار السيارات وذلك من عمله في إحدى البلاد العربية، الزوجة دبلوم معهد تمريض، تعمل في محل الزوج، لديها ثلاثة أبناء جميعهم في مرحلتي التعليم الابتدائي والحضانة.

الحالة السابعة : الزوج ٤٠ سنة حاصل على شهادة الابتدائية كان يعمل عاملا في صيدناوي ثم طلب إحالته إلى المعاش ولديه فدانًا أرض زراعية، الزوجة أمية تزرع في أرض الزوج، لديهما ٤ أبناء، جميعهم في مراحل التعليم المختلفة.

الحالة الثامنة : الزوج ٥٠ سنة أُمي، كان يعمل ترزيا للرجال، لديه فدان أرض زراعية، الزوجة أمية ولا تعمل أنجبا ٥ أبناء جميعهم متعلمون وحاصلون على شهادات عالية أو متوسطة. إلا أنه يلاحظ أن لديها ثلاث بنات متزوجات ولا يعملن رغم حصول الأولى على ليسانس آداب والأخريات على دبلوم متوسط. أما الأبناء الذكور فأحدهما حاصل على مؤهل جامعي ولكنه يعمل عتالاً في الأردن، والآخر حاصل على دبلوم متوسط ولا يعمل. وهو ما يعكس بشكل واضح حجم مشكلة البطالة في قرية كمشيش.

الحالة التاسعة : الزوج يعمل رئيس قسم التحقيقات وحاصل مؤهل عالٍ (بكالوريوس تجارة) أما الزوجة فحاصلة على بكالوريوس تجارة ولديهما ثلاثة أبناء في مراحل التعليم الابتدائي والإعدادي. تعمل الزوجة مدرسة مواد تجارية في المدرسة التجارية الثانوية.

الحالة العاشرة : غير متزوجة وتقيم مع أسرتها، والدها مهندس زراعي، وحاصلة على بكالوريوس علوم وتربية، وتعمل مدرسة رياضيات.

حالة المسكن:

الحالة الأولى : تأثرت حالة المسكن بالوضع المالي للأسرة حيث إن الزوج والزوجة يعملان فضلاً عن ملكية الأسرة لربع فدان أرض زراعية. ومن ثم نجد أن الأسرة تعيش في منزل مبني بالطوب الأحمر والمسلح. يتكون من غرفتين وصالة وقد تم بناؤه عام ١٩٨٠ من ريع الأرض وراتب الزوجين، ويحتوي المنزل على معظم السلع المعمرة والمشتراة نقدا وهي التليفزيون والراديو والغسالة والثلاجة والبوتاجاز، كما تمتلك مروحة تم شراؤها بالتقسيط.

الحالة الثانية : المنزل مبني من الطوب الأحمر والسقف المسلح ويتألف من غرفتين وتم بناؤه عام ١٩٨٠ من ريع الأرض الزراعية وبمساعدة أخي الزوج. أما السلع المعمرة الموجودة بالمنزل والمشتراة نقدا فهي راديو وغسالة وثلاجة وبوتاجاز، ويلاحظ عدم وجود تليفزيون.

الحالة الثالثة : المنزل مكون من دور واحد نصفه بالطوب الأحمر والنصف الآخر من الطين، ويتكون من حجرتين كبيرتين إحداهما للأسرة والثانية للمواشي. وقد تم بناؤه من خلال ميراث الزوجة، يوجد في المنزل عدد من السلع المعمرة هي الغسالة والبوتاجاز والراديو وتليفزيون (أبيض وأسود) وكلها مشتراة نقدا.

الحالة الرابعة : المنزل مبني من الطوب الأحمر والأسمنت وإن كان السقف من عروق الخشب. وتم بناؤه عام ١٩٩٠ ويتكون المنزل من ثلاث حجرات وبه تليفزيون وغسالة مشتراة نقدا وتسجيل هدية.

الحالة الخامسة : المنزل مبني من الطوب الأحمر والطين والسقف عروق خشب وطين، ويتألف من غرفتين وصالة تم إنشاؤه عام ١٩٨٥ من عمل الزوج في الأردن ويوجد تليفزيون وراديـو وخـلاط وماكينة خياطة كلها مشتراة نقدا، وغسالة مشتراة بالتقسيط.

الحالة السادسة : المنزل مبني من الطوب الأحمر من دور واحد ومكون من ثلاث غرف وتم بنـاؤه عـام ١٩٨٤ من خلال عمل الزوج في إحدى البلدان العربية ويتضح ارتفاع مستوى دخل الأسرة، حيث تتوفر بالمنزل كافة السلع المعمرة من تليفزيون ملون، ثلاجة، غسالة، سخان، مكنسـة كهربائية فرن كهربائي، راديو، مروحة، وكلها مشتراة نقدا، كما يوجد تليفون داخل المنزل.

الحالة السابعة : المنزل مبني من الطين ويتألف من طابقين يضما ٤ حجرات، وقد إنشاؤه عام ١٩٨٥ مـن خلال ريع الأرض الزراعية وبيع المواشي، ويوجد بالمنزل عدد من الأدوات الكهربائية مثل الثلاجة، الغسالة، البوتاجاز، المروحة، التسجيل والتليفزيون وكلها مشتراة بالتقسيط.

الحالة الثامنة : المنزل مبني من الطوب والطين من دور واحد ويتألف من أربعة حجرات وقد بني المنزل من إيراد الأرض المؤجرة ومساعدة الابن الذي يعمل في الأردن. ويوجد عدة سلع معمـرة منها الثلاجة والتليفزيون والراديو والتليفون وكلها مشتراة نقدا.

تحليل البيانات المعيشية الخاصة بالأسرة وحالة المسكن:

يلاحظ أن جميع الحالات - باستثناء حالة واحدة - قد حرصن على تعليم أولادهن يتساوى في ذلك البنات مع البنين. كما اتضح أن هذا الحرص لا يرتبط بما إذا كانت الأم متعلمة أم أمية. فقد حرصت الأميات علـى تعليم أولادهن مثل المتعلمات. كما لوحظ أيضا عدم ارتباط الإقبال على تعليم الأولاد بدرجـة تعلـيم الأب. حيث إنه في بعض الحالات كان الأب أميا إلا أن بناته قد حصلن على شهادات عليا ومتوسطة، كمـا أكـدت الدراسة الاستطلاعية على أنه لا يوجد ارتباط بين نسبة التعليم ومستواه وبين حجم الأسـرة. إلا أنـه مـن الملاحظ وجود ارتباط بين المستوى الاقتصادي للأسرة وبين حرص الأم الأمية على تعليم أولادهـا خاصـة البنات، فكلما كان مستوى داخل الأسرة مرتفعا كلما كانت أكثر اهتماما على تعليم الأبناء بغض النظر عـن أمية الأب أو الأم.

- كشفت الدراسات أن العامل الأساسي في ارتفاع المستوى الاقتصادي للأسرة يرجع إلى عمـل الأب أو الابن في إحدى البلاد العربية، وقد ظهر هذا واضحا في حالة المسكن وما به من أدوات معمرة (حالة رقم ٥، ٦، ٨).

كما أن امتلاك الأسرة لأرض زراعية يوفر لها مستوى ماديا معقولا بالمقارنة بالأسر الأخـرى التـي لا تمتلك حيازة خاصة (حالات رقم ١، ٢، ٧، ٨).

كما يتضح اهتمام الأسرة الريفية بحيازة الأجهزة المعمرة التي كانت قلما تتواجد في الريف مثل المكنسـة والبوتاجاز والخلاط وغيرها؛ ويعطي ذلك مؤشرا إلى الحالات المدروسة في معظمها مـن ذوات المسـتوى المادي المتوسط ولا توجد أسر معدومة بينها.

ثالثًا: الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية للحالات المدروسة:

العلاقات الاجتماعية في الأسرة:

العلاقة بين الزوج والزوجة:

أكدت كافة الحالات المدروسة أن العلاقة بينها وبين زوجها يسودها الاحترام والتفاهم المتبادل والتشاور المستمر، وأنه لا توجد أي صورة من صور القهر والاستغلال تمارس ضد الزوجة وقد عبرت بعض الحالات عن ذلك بالعبارات الآتية:

(جوزي إنسان طيب ومسالم ومتفاهم، بيحترمني وموكلني مسئولية البيت والأولاد كاملة، ولا يسألني عن شيء ولا عن فلوس).

و (أنا زيي زيه في البيت والغيط).

ويتفق هذا مع نتائج الدراسة الاستطلاعية التي أكدت تمتع المرأة بدور كبير داخل الأسرة، فكل القرارات التي تتخذ تتم بمعرفتها وموافقها.

العلاقة بالأبناء:

أبرزت الدراسة أن مسئولية تربية الأولاد وتعليمهم تترك في الغالب للمرأة (الأم) سواء المتعلمة أو الأمية؛ وذلك نتيجة لغياب الأب فترات طويلة خارج المنزل سواء للعمل في إحدى الدول البترولية أو داخل القرية، مما يجعله يضع كل ثقته في زوجته ويترك لها اتخاذ القرارات في هذا الشأن، وفي هذا الصدد قالت إحدى الحالات: (أنا المسئولة عن كل شيء يخص الأولاد وهو يادوب بيشوفهم).

أشارت المبحوثات إلى أن علاقتهن وأزواجهن بالأبناء يسودها الحب الشديد والحنان والتضحية من أجل تعليمهم وتوفير أفضل سبل الحياة لهم.

ومن الملاحظ أيضا أن جميع الحالات المدروسة قد أكدت على عدم وجود أي تميز في المعاملة بين الأولاد والبنات، فالبنات لهن كافة الحقوق التي للأولاد خاصة الحق في التعليم، بل أشارت بعض المبحوثات إلى أن أزواجهن يفضلان البنات لأنهن أكثر حنانًا وعطفًا على أهلهن، كما أن البنت الآن تتعلم وتعمل وتساعد الأسرة. وقد عبرت إحداهن عن ذلك قائلة: (أنا عندي خمس بنات جوزي بيحبهم قوي زي عينه ومش زعلان إنه ما خلفش بنين) كما اتضح أن كثيرا من الآباء، والأمهات يكونون أكثر حزما وتشددا في معاملة الولد، وقد عللت أحداهن ذلك (علشان ما يتفردوش على البنات).

العلاقة بالأهل:

تتم في الغالب في إطار من الود والزيارات والمجاملات، خاصة في المناسبات الاجتماعية والمواسم والأعياد، إلا أنه يلاحظ في حالة سفر الزوج تقلل الزوجة من تبادل الزيارات مع عائلته.

العلاقة بالمؤسسات الموجودة في القرية:

أبرزت الدراسة قصورا شديدا في معظم المؤسسات الموجودة داخل القرية؛ مما يجعل الإقبال والاستفادة منها من جانب النساء محدودا، خاصة الوحدة الصحية وما يتبعها من وحدة تنظيم الأسرة، فقد أشارت بعض الحالات إلى أن الوحدة الصحية تخلو من الأطباء في الغالب وفي حالة وجود طبيب لا يهتم سوى بالقادرين على دفع قيمة الكشف الخاص مع اضطرارهم في كل الأوقات إلى شراء الدواء من خارج الوحدة. أما الذين لا يملكون قيمة الكشف فإن الطبيب يعاملهم بمنتهى الإهمال ولا يعتني بفحصهم فحصا دقيقا أو إعطائهم أي وقت. ومن ثم فإنهم يضطرون إلى التعامل مع الطبيب في عيادته الخاصة حيث يجدون العناية والرعاية الكاملة. ومن ثم فإن أهمية الوحدة الصحية لدى المبحوثة تنحصر فقط في تطعيم أولادهن، كما لوحظ أن عددا من المبحوثات يتعاملن مباشرة مع الصيدلية في شراء حبوب منع الحمل أو مع الطبيب الخاص عند رغبتهن في استخدام إحدى وسائل تنظيم الأسرة.

أما بالنسبة لفصول محو الأمية فعلى الرغم من تواجدها داخل المدرسة الابتدائية في القرية ومعرفة كافة الحالات بوجود مثل هذه الفصول إلا أن جميع السيدات الأميات في العينة أكدن أنهن لا يرغبن في الالتحاق بها.

ويلاحظ أيضا عدم وجود أنشطة للجمعيات الأهلية داخل القرية وعدم وعي معظم الحالات بالمقصود بالجمعيات الأهلية وطبيعة أنشطتها، ويؤكد ذلك أن اثنتين من المتعلمات ضمن الحالات المدروسة أشارتا إلى مشغل لتعليم التفصيل ودار حضانة تابعين لوزارة الشئون الاجتماعية باعتبارهما نشاطًا أهليا.

أما الجمعية الزراعية والتي يقتصر الاستفادة منها على الحالات التي تعمل في الزراعة أو تمتلك أرضا زراعية. فقد لوحظ أن مجال الاستفادة من هذه الجمعية أصبح محدودا بدرجة كبيرة، وقد عللت المبحوثات ذلك بأن كل شيء يباع فيها نقدا وبنفس سعر الشراء من خارجها، كما أنها لم تعد تقدم تيسيرات للفلاح - كما كان يحدث سابقًا - بأن تمده بالسماد والكيماوي مع تأجيل دفع أثمانها إلى ما بعد بيع المحصول. ومن ثم فإن الجمعية الزراعية فقدت أهميتها بالنسبة لهن.

أكد معظم المبحوثات (٦ حالات) عدم وجود بنك القرية بينما أشارت حالتان إلى أنه في حالة احتياجهما إلى نقود يضطرا إلى الالتجاء للبنك وأخذ قرض يرد بفائدة كبيرة.

أشارت كافة المبحوثات إلى أن أزواجهن لا يمانعوا في أن يستفدن من هذه المؤسسات، خاصة الوحدة الصحية وفصول محو الأمية وتنظيم الأسرة، وفي هذا الصدد قالت إحدى المبحوثات (زوجي يشجعني أروح فصول محو الأمية لأنه مثقف ولكن أنا مش برضى أروح)

وتعطي هذه النتائج دلالات هامة عن مدى التدهور في المؤسسات الحكومية، وغياب الأنشطة الأهلية في القرية؛ بماله من انعكاسات سلبية على الأسرة بصفة عامة وعلى المرأة بوجه الخصوص؛ مما يستدعي تطوير عمل هذه المؤسسات لما يخدم الأهداف التي أنشئت من أجلها، كما يستدعي توعية المرأة الريفية وإلمامها بأنشطة هذه المؤسسات وأوجه الاستفادة التي يمكن أن تعود عليها من التعامل معها.

مكانة الزوجة والبنات داخل الأسرة:

أشارت ٦ حالات أن لديهن مطلق الحرية في تحديد أوجه الإنفاق داخل الأسرة، ذلك أنهن المسئولات عن شراء احتياجات الأسرة وصاحبات الرأي في كيفية ونوعية الإنفاق. لم تختلف الحالتان الأخريان سوى في إضافة عبارة (بعد التشاور مع الزوج) وذلك يرجع إلى أن المرأة الريفية في قرية كمشيش لديها دخلها الخاص من عملها في الزراعة أو في التجارة – وذلك بنسبة ٣٥% كما أثبتت الدراسة الاستطلاعية – مما يساعدها على حرية التصرف.

- اتفقت كافة الحالات - باستثناء واحدة - على لهن حرية الخروج للقيام بالزيارات أو المشاركة في المناسبات الاجتماعية المختلفة، وإن كان هذا يتم بعد موافقة الزوج أو على الأقل إخباره بالمكان الذي تتوجه إليه الزوجة. أما الحالة المستثناة فقد أشارت إلى أنها تتمتع بحريتها الكاملة وتستطيع أن تذهب إلى أي مكان دون إخبار الزوج أو إذنه (يلاحظ أن هذه السيدة ليست من أبناء القرية حيث بدأت علاقتها بالقرية بعد زواجها وانتقالها من القاهرة إلى موطن الزوج، مما جعلها أكثر تأثيرا بتقاليد المدينة).
- اختلفت آراء المبحوثات حول وضع البنات في الأسرة والفروق بين الابنة المتعلمة وغير المتعلمة. فقد أشارت (حالتان) إلى أن البنت المتعلمة يكون لها رأي داخل الأسرة، كما أنها أكثر استقلالية في ملابسها وخروجها أو في زواجها عن البنت غير المتعلمة وغيرها إما من منطلق أن حب الاثنين واحد والمعاملة واحدة ووضعها في الأسرة ليس فيه تفضيل أو من منطلق أن البنت ليس لها أي وضع في الأسرة سواء أكانت متعلمة أم لا (البنت لا تتدخل في أي شأن لا يخصها، والبنت بتتعلم فقط ولكن لا تتدخل في اللي مالهاش فيه سواء متعلمة أم غير متعلمة، البنت المتعلمة مثل غيرها والمعاملة واحدة، لا تزيد عن مجرد كونها بنت عادية) واتفقت المبحوثات في أهمية وضرورة تعليم الفتاة وإن اختلفن حول نوعية التعليم وأي مرحلة ينتهي عندها. وبصفة عامة طالب معظم المبحوثات بأن تحصل الفتاة على شهادة جامعية، وعللن ذلك؛ بأن التعليم يساعد الفتاة على الرقي والتقدم ويوفر ضمانا لها في المستقبل.

ويلاحظ أن ثلاثا من بين هذه الحالات من السيدات الأميات وأن بناتهن بالفعل في المراحل التعليمية المختلفة. وإحداهن لديها ابنة حاصلة على ليسانس ودبلوم في التربية؛ بما يعني وجود وعي حقيقي بضرورة تعليم البنات بين الأميات. أما باقي الحالات فقد أشارت حالتان منهن أن تظل الفتاة تتعلم حتى تتزوج من منطلق (أن الزواج أهم حتى لو كان التعليم مهما).

أما الحالة الأخيرة فترى أن تكتفي الفتاة بالتعليم المتوسط:

- **أكد معظم الحالات أن البنت مثل الولد (٩ حالات) ولا يوجد أي فرق بينهما ورفضن المثـل "لمـا قالوا دي بنية اتهدت الحيطة علي" وقد أرجعن ذلك لعدة أسباب منها:**

إن هذا المثل لا يتفق مع الدين؛ لأن كل شيء بإرادة الله وأن البنت والولد نعمة مـن الله، والبنـات الآن تتفوق على الأولاد في التعليم وتساعد أهلها وتعتني بهم في شيخوختهم أكثر من الولد ووصفوا هذا المثل بأنه متخلف ومتعصب.

أما الحالة الأخيرة فقد أقرت بأن المثل يعبر عن واقع لأن البنت مكسورة الجناح، ومن الجدير بالملاحظة أن هذه المبحوثة أمية وأنها أنجبت أربع بنات ثم ولدا.

- أشارت معظم سيدات العينة إلى أن لديهن حرية في اتخاذ قرارات التعلـيم وتربيـة الأولاد وفـي المصروف اليومي للمنزل، أما فيما يخص زواج الأبناء وعمل البنات تتخذ فيها القرارات بالتشاور بين الزوج والزوجة.
- اتفقت جميع الحالات المدروسة على أن الزوج يأخذ رأيها في مشاكل الأسرة ويعملا علـى حلهـا سويا.. أما مشاكل عمل الزوج وخلافاته مع أصدقائه فقد اختلفت الحالات بشأنها. فأشـارت نسـبة ٤٤,٤% منهن إلى أن الزوج لا يطلعهن على ما يخص عمله أو علاقته بأصدقائه في حـين ذكـر النصف الآخر أن الزوج يحكي لزوجته عن كل ما يقابله في عمله ويستمع إلى آرائها. وفـي هـذا الصدد قالت إحدى المبحوثات: "أيوه لأنه ممكن يجد أن رأيي أفضل من رأيه علشان فارق التعلـيم، فيعمل برأيي على طول"(*)

أبرزت غالبية المبحوثات (٧ حالات) أن زوجهن لا يساعدهن في شراء مستلزمات المنزل أو في الأعمال المنزلية. أما الحالتان الأخريان فيتمتعان بمساعدة الزوج وذلك لأن (العيال كتير وهمهم كبير) أو لأن (جوزي طبعه متعاون).

وتعطي هذه النتائج مؤشرات عن مكانة المرأة الريفية داخل الأسرة وقدرتها على حرية التصرف واتخـاذ القرارات، كما أن عمل المرأة سواء في الزراعة أو التجارة قد أتاح لها دخلا ساعد علـى تـدعيم وضـعها بالنسبة للزوج والأولاد.. كما يلاحظ أن هناك أسرا ريفية تعتمد اعتمادا كليا على المرأة وتسير وفقا لقراراتها خاصة في غياب الزوج أو انشغاله... تعطي هذه النتائج مؤشرات عن ثقة الرجل الريفي في حكمة زوجتـه وقدرتها على التصرف، كما توضح أنه على الرغم من ذلك ما زال الرجل الريفي يرفض مساعدة المرأة في بعض مهامها التقليدية رغم ما تتمتع به من حرية داخل الأسرة إلا أنها وبإرادتها الكاملة تحتفظ للزوج بمكانته كقائد راعٍ للأسرة.

(*) المبحوثة حاصلة على دبلوم تمريض، في حين أن زوجها حاصل على شهادة محو الأمية.

الاتجاه نحو عمل المرأة ودور الرجل:

١- "الست مالهاش غير بيتها ومش مفروض تشتغل":

على الرغم من أن ٨٧,٥% من الحالات المدروسة سيدات عاملات سواء في الزراعة أو التجارة أو مهنة التدريس إلا أن الدراسة أثبتت أن الاتجاه نحو عمل المرأة سلبي. ومن ثم فإن سبع حالات من بين الحـالات الثمانية قد وافقن على العبارة السابقة في حين لم يعترض عليها سوى ثلاث حالات وأرجعن ذلـك إلـى (أن المفروض الست تشتغل علشان تساعد بيتها وأولادها وجوزها، وتحس أنها حرة وما حدش بيصرف عليهـا) وهو ما يعني ارتباط قيمة العمل لديهن بقيمة التحرر الاقتصادي والاجتماعي.

٢- البنت لازم تتجوز لما يجيلها عريس كويس ولو كانت بتتعلم":

اتضح من إجابات المبحوثات أن هناك صراعا يدور في عقل المرأة الريفية بين إحساسها بأهميـة تعلـيم الفتاة وفي الوقت نفسه بين خوفها من أن يضيع التعليم فرصة زواج مناسب للفتاة، ومن ثم حاول البعض حل هذا الصراع من خلال تأييدهم للعبارة مع وضع تحفظات تتمثل في ضرورة الزواج قبـل اسـتكمال الفتـاة تعليمها إن توفر الزوج المناسب (لأن الجواز أهم وبعدين التعليم) واعترض خمس رفضهن زواج الفتاة قبـل الانتهاء من تعليمها.

٣- الست اللي بيتها مش محتاج فلوس لازم تقعد في بيتها:

وما تشتغلش "وتعكس هذه العبارة مرة أخرى ضعف الاتجاه نحو عمل المرأة واعتباره وسيلة للحصـول على المادة فقط دون مراعاة للاعتبارات النفسية والاجتماعية المرتبطة بعمل المرأة. ولـذا نجـد أن خمـس حالات قد وافقن على هذه العبارة وقد بررت إحداهن هذا الرأي (بأن هذه الست بتاخد مكان واحـدة أخـرى محتاجة للعمل) وحتى المعترضات على العبارة كان اعتراضهن من منطلق أنه لا يوجد بيت لا يحتاج مزيدا من النقود في ظل الغلاء المتزايد.

٤- "الرجالة مش مفروض يساعدوا في شغل البيت ولو الست بتشتغل":

أجمعت كافة الحالات على رفضهن لهذه العبارة على أساس ضرورة معاونة الزوج لزوجته في أعبائهـا المنزلية خاصة في حالة عملها خارج المنزل.

٥- "البنت لازم تتحجب":

اختلفت اتجاهات الحالات المدروسة نحو هذه العبارة، فاعترضت عليها إحدى الحالات، في حين وافقـت عليها حالتان على أساس أن شعر البنت عورة وأنها بالحجاب تكون أكثـر احترامـا، أمـا بـاقي الحـالات (وعددهن خمس) فكن أكثر معقولية عندما ذكرن أن هذا الأمر يرجع إلى الفتاة لترى فيه مـا يناسـبها دون ضغط أو إكراه.

٦- "الرجل لازم تكون كلمته مسموعة في البيت أيا كان":

تعكس موافقة السيدات بالإجماع على هذه العبارة ما سبق أن ذكرناه من تمسك السيدات أنفسهم واحترامهن للصورة التقليدية للزوج الذي يجب طاعته في كافة الحالات (لأنه الراجل يفهم أكتر).

٧- "الست اللي عندها أولاد صغار مش مفروض تشتغل":

وافقت على هذه العبارة بدون تحفظات ثلاث حالات أما السبع الأخريات فقد رفضن العبارة على إطلاقها؛ حيث اقترح بعضهن أن تأخذ المرأة أجازة من عملها حتى يكبر الأطفال أو أن تحاول التوفيق بين العمل وتربية الأطفال الصغار.

٨- "الست اللي بتصرف في البيت لازم يبقى لها كلمة":

وافقت خمس مبحوثات بشكل مطلق على هذه العبارة وعللت إحداهن ذلك "بأنه طالما الراجل خلى الست تصرف في البيت لازم يكون لها كلمة ورأي" وتحفظ ثلاث مبحوثات على ذلك، وذكرن أن إنفاق المرأة في البيت لا يعني التحكم والسيطرة، وأن الأمر شورى بين الزوجين في حين اعترضت على العبارة حالتان بحجة أن (الراجل راجل وكلمته هي الأساس) (لأن لو للست كلمة هتكون هي الراجل وهو الست).

٩- "الأب والأخوة الرجالة هم اللي يختاروا العريس للبنت":

وافقت الحالات المدروسة باستثناء حاله واحده على هذه العبارة بحجج مختلفة هي أن (الرجالة تعرف أكثر في مسألة الجواز) أو (لأنه عارف الناس كويس وعارف مصلحة بنته).

إلا أن سيدتين من بين الحالات رغم موافقتهما على العبارة إلا أنهما أكدتا على حق البنت في الموافقة أو الرفض (هي اللي هتعيش معاه).

١٠- "الست المتجوزة لازم تتحجب":

وافق على هذه العبارة خمس حالات في حين تحفظ عليها ثلاث، على أساس أن ذلك إنما يرجع إلى إرادة المرأة ورغباتها.

*** " البنت لازم تتعلم وتشتغل بتعليمها وبعدين تفكر في الجواز"**

١- أكدت ست مبحوثات أن البنت يمكنها أن تتزوج ثم تكمل تعليمها بعد الزواج، في حين وافقت أربع حالات على أن البنت يجب أن تتعلم ثم تتزوج ولا يشترط أن تنتظر بدون زوج حتى تعمل.

٢- **" الست لازم تستأذن جوزها في أي حاجة"**

مرة أخرى يؤكد المبحوثات اتجاههن نحو سلطة الرجل في المنزل، فقد وافقت على هذه العبارة كافة السيدات دون استثناء؛ مؤكدات على أن ذلك ما أمر الدين به، كما أنه لا يتعارض مع الحريات الممنوحة لهن.

العائد الاقتصادي لعمل المرأة:

أوضحت المبحوثات اللائي يمارسن عملا يعود عليهن بفائدة مادية أن لهن مطلق الحرية في التصرف في الأموال التي يكسبنها وأنهن لا يسلمن لأزواجهن أو أحد أفراد الأسرة أيا من هذه الأموال وإنما ينفقنها في الغالب في المنزل وبإرادتهن واختيارهن الحر. كما أنهن في بعض الأحيان يشترين بعض الأشياء الشخصية التي يحتجن إليها. وقد أكد هؤلاء السيدات أن العمل أدى إلى زيادة احتكاكهن بالناس خارج المنزل، وأدى إلى اتساع مداركهن، وأتاح لهن دخلا خاصا يعود بالنفع على الأسرة بأكملها.

ونفت النساء والعاملات وجود مشكلات تعوقهن عن أداء عملهن خاصة وأنهن يحاولن التوفيق بين متطلبات المنزل وأوضاع العمل.

وقد أكدت جميع الحالات بلا استثناء أنه لا علاقة بين مكسبهن المادي ووضعهن في الأسرة، فسواء كن يعملن أو لا يعملن فإن العلاقة بينهن وبين الأزواج التفاهم والتشاور وأن الرأي النهائي في أي أمر أو مشكلة للزوج.

ثالثًا: الجوانب الإعلامية والثقافية:

قراءة الصحف:

أسفرت الدراسة الاستطلاعية عن تدني نسبة قراءة الصحف في قرية كمشيش، ويرجع ذلك إلى عدة أسباب منها: انتشار الأمية وعدم وجود منفذ لتوزيع وبيع الصحف في القرية.

وقد أكدت دراسة الحالة هذه النتائج، فالسيدات الأميات (خمس حالات) لا يشترين مجلات أو جرائد أو كتبا. وأرجعن ذلك إلى أنهم لا يعرفون القراءة، كما أن شراء الصحف يشكل عبئًا ماديا لا يقدرن عليه. كما أن عدم وجود منفذ لبيع الصحف يمنع أولادهن المتعلمين من الحصول على الصحيفة بطريقة ميسرة. وقد أشارت أحدى هذه الحالات إلى أن ابنتها - باعتبارها عضو جماعة الإذاعة المدرسية - تقرأ الصحيفة في المدرسة وتقص عليها بعض الأخبار والحوادث المثيرة المنشورة في الصحف.

وأرجعت إحدى الحالات عدم اهتمام أفراد الأسرة بشراء الصحف رغم أن أبناءها حاصلون على شهادات عالية ومتوسطة بأن الظروف المادية لا تسمح لهم بشراء جرائد ومجلات.

أما السيدات المتعلمات فقد تعمل كل منهن مع الصحف على النحو التالي:

الحالة الأولى : تقرأ جريدة الأخبار بشكل غير منتظم عندما تتواجد الصحيفة في المدرسة التي تعمل بها. كما أن زوجها يشتري جريدة التعاون الزراعي وذلك لعمله في الجمعية الزراعية وإن كانت هي وأولادها لا يفضلون قراءتها.

أما تفضيلها لجريدة الأخبار وذلك لأن الطابع الخبري يغلب عليها بالمقارنة بجريدة الأهرام التي ترى أنها مليئة بالمقالات والتحليلات المعقدة. في حين أن الأخبار تهتم بالحوادث والأخبار الفنيـة التـي تقبـل علـى قراءتها.. وأرجعت المبحوثة تفضيلها لقراءة الحوادث إلى (علشان الواحدة تعرف الدنيا فيهـا أيـه، وتاخـد موعظة في الحياة تساعدها في التصرف في المواقف الصعبة) كما أشارت إلـى أن حـوادث قتـل الأزواج والزوجات هي ما تهتم به في الحوادث التي تقرؤها. أما عن نوعية الأخبار الفنية التي تفضلها فلا تخرج عن زواج الفنانين وطلاقهم والأفلام الجديدة.

وقد أكدت المبحوثات أن المقالات التي تتناول موضوعات المرأة لا تُعنَى سوى بالمرأة الحضرية المثقفـة المتعلمة تعليما عاليا، المهتمة فقط بالأزياء والتجميل والحفلات وغيرها من أمور لا تهمها، وفي الوقت نفسه تتجاهل المرأة الريفية وقضاياها. كما أن الصحف لا تعنى سوى "بالمشروعات" المرتبطة باسم زوجة رئـيس الجمهورية مما يجعل المبحوثة لا تهتم بقراءة مثل هذه الموضوعات الموجهة للمرأة؛ لأنها لا تسـتفيد منهـا شيئًا.

الحالة الثانية : تتفق مع الحالة السابقة في شرائها لجريدة الأخبار بصورة غير منتظمة، كما تقرأ الصحيفة أحيانا في المدرسة، وأرجعت سبب تفضيلها للأخبار إلى أنها جريدة بسيطة غير معقدة مثـل الأهرام وأن بها موضوعات شائقة مثل أخبار الفن والحوادث والرياضة، وهو مـا تفضـل قراءته وترى أن قراءة الحوادث تجعلها تستفيد من تجارب الآخرين.

وأشارت المبحوثات إلى أنها تحكي لأطفالها قصص الأطفال الناجحين الذين تنشر صورهم فـي الأخبـار حتى تشجع أولادها على النجاح والاحتذاء بهم، أما الموضوعات المتعلقة بالمرأة فهي ترى أنها تركـز فقـط على المرأة الراقية وإن كان هذا لا يمنع من أنها تستفيد في بعض الأحيان من الموضـوعات التـي تتنـاول مشاكل العلاقة بين الزوجين والأخرى المهتمة بكيفية الاهتمام بالأطفال.

الحالة الثالثة : لا تشتري جرائد أو مجلات أو كتبا؛ وقد بررت ذلك بعدم وجود وقت لديها للقراءة وارتفاع أثمانها. وإن كنت اعتقد أن حجة ارتفاع سعر الصحيفة كمبرر لعدم شرائها لا تتناسـب مـع هذه الحالة؛ ذلك لأن دخل الأسرة الشهري يقترب من ٦٥٠ جنيها.

- وتعطي هذه النتائج دلالات هامة عن تأثير مجال عمل المرأة في الإقبال على القراءة بين الحالات، حيث إن الحالتين الأولى والثانية تعملان في مدرسة بالقرية بما يتيحه هذا المجـال الـوظيفي مـن وجود زملاء وزميلات وتبادل للمعلومات والأخبار المنشورة في الصحف؛ مما يحفز على القـراءة ومتابعة الجرائد.. ساعد على ذلك تواجد الصحف مجانًا داخل المدرسة.

في حين أن الحالة الثالثة والتي تعمل بائعة في محل لقطع غيار السيارات لم تتوفر لها تلك الشروط التـي تجعلها تقبل على القراءة.

يبرز تأثير متغير التعليم على قراءة الصحف بالنسبة للمبحوثين الحاصلين على مؤهلات عليا فنجد أن الحالتين تحرصان بشكل مستمر على قراءة الصحف خاصة جريدتي (الأخبار والأهرام) وقراءة المجلات مثل نصف الدنيا، كما أنها أكثر حرصا على قراءة الموضوعات الجادة في الصحف مثل الأخبار المحلية والدولية والأعمدة الصحفية لعدد من الكتاب البارزين.

- يلاحظ أن جريدة الأخبار تأتي في مقدمة الجرائد المفضلة وذلك على عكس ما أثبتته الدراسة الاستطلاعية حيث احتلت الأهرام الترتيب الأول. وربما يعود ذلك إلى تفضيل الرجال الذين ضمتهم العينة الاستطلاعية الأهرام عن الأخبار.. بينما تميل النساء للموضوعات الفنية. في حين أن كافة الأخبار والموضوعات الجادة لا تجد إقبالا لديهن؛ مما يعني تقصير الصحافة بالنسبة للمرأة القروية في التوعية السياسية والثقافية وكل ما يتعلق بالقضايا التنموية.
- أثبتت النتائج أن المرأة الريفية لا تهتم بما يقدم من موضوعات عن المرأة سواء في الصفحات المتخصصة أو غيرها من صفحات الجرائد والمجلات وذلك لأن الصحافة لا تهتم بمشاكل وقضايا المرأة الريفية وإنما ينصب تركيزها على المرأة الحضرية ذات المستوى الثقافي والاجتماعي المرتفع.

مما ينعكس بشكل كبير على القدرات التأثيرية للصحافة في تغيير واقع المرأة الريفية سواء الأمية أو المتعلمة ودمجها في عملية التنمية.

الراديو والتليفزيون:

جميع الحالات المبحوثة يمتلكن أجهزة الراديو، كما أنهن يستمعن إلى البرامج الإذاعية وإن اختلف وقت الاستماع ما بين الصباح وبعد العصر والمساء وإن كانت فترة الصباح تحوز نسبة استماع عالية.

ويمثل الاستماع إلى القرآن الكريم الهدف الأساسي من تشغيل أجهزة الراديو بما يتفق مع ما توصلت إليه الدراسة الاستطلاعية. ثم المسلسلات والأغاني.

- جاء برنامج "إلى ربات البيوت" كأفضل برنامج إذاعي بصفة عامة، ثم برنامج" خمسة لصحتك" في إذاعة الشرق الأوسط وذلك لما يتضمن من نصائح طبية ومناقشة الأمراض الخاصة بالأطفال وطرق الوقاية منها وعلاجها، ثم برنامج "على الناصية" الذي تقدمه آمال فهمي في إذاعة البرنامج العام. ويلاحظ أن نشرات الأخبار وغيرها من برامج ثقافية أو سياسية لا تجد إقبالا مطلقًا من المبحوثات.

كشفت الدراسة أن الفقرات الخاصة بالصحة في برنامج ربات البيوت هي أكثر الموضوعات تفضيلا لدى السيدات، حيث يقدم لهن التوعية الصحية، ويساعدهن في رعاية أولادهن، كما ينمي عادات النظافة وغيرها من عادات الصحة، ويرشدهن إلى أهمية تطعيم الأطفال وخطورة إهمال ذلك. فضلاً عما أشار إليه البعض من أن هذا البرنامج يساعدهن على ما يجب أن تقوم عليه العلاقة بين المرأة وزوجها وبينها وبين الجيران.

- يلاحظ بأنه باستثناء برنامج إلى ربات البيوت فإن المبحوثات لا يستمعن إلى باقي البرامج الموجهة للمرأة ولا يعلمن موعد إذاعتها في المحطات الإذاعية المختلفة، واعتقد أن البـرامج "إلـى ربـات البيوت" عليه مسئولية كبيرة نحو تنمية المرأة الريفية، كما يعني مزيد من الاهتمام بالمرأة الريفيـة ومناقشة قضاياها المختلفة خاصة الأمية وتقديم النماذج الايجابية للمرأة الريفية التي اسـتطاعت أن تضيف إلى قريتها، بالإضافة إلى تقديم كل ما يؤكد جدية اشتراك المرأة الريفية في عملية التنميـة. وذلك تلبية واستجابة لمطالب المرأة، كما ظهر في نتائج هذا البحث من تطالب بتخصـص بـرامج للمرأة الريفية يتم التنويه عن موعد إذاعتها بشكل مستمر، وأن يختار لها موعد يتناسـب وطبيعـة عمل المرأة الريفية.
- تمتلك تسع مبحوثات أجهزة تليفزيون وإن كان معظمها أبيض وأسود، واحتلت فترة المساء أبـرز فترة المشاهدة بين الحالات، ويرجع ذلك إلى أن غالبية أفراد العينة هي من العاملات خارج المنزل، فضلاً عن الأعباء الأسرية الملقاة على عاتقهن داخله؛ ومن ثم لا تتـوفر لهـن فـرص لمشـاهدة التليفزيون إلا في المساء.
- جاء الجيران والأقارب في مقدمة مصادر المعلومات بالنسبة للمبحوثات وعللت المبحوثات ذلك بأن الجيران والأقارب يعيشون نفس الظروف، وأن طبيعة المشكلات واحدة، كمـا أنهـن فـي نفـس المستوى مما يجعل رأيهن ومعلوماتهن أكثر صدقًا وتصديقا.

وقد أشارت مبحوثتان متعلمتان إلى أن وسائل الإعلام هي أفضل وسيلة للحصول على المعلومات، وذلـك لأنها أسرع في الوصول وتتواجد في كل منزل وأن لم يغفلا أهمية الجيـران والأقـارب كمصـادر هامـة للمعلومات داخل القرية.

- كشفت الدراسة أن المسلسلات الدرامية وبرامج المنوعات هي أفضـل المـواد التليفزيونيـة لـدى المبحوثات - وبدون استثناء - فالتليفزيون تقلصت وظيفته بالنسبة لهن لترتكز فقط علـى الجانـب الترفيهي وقد يعود ذلك إلى الأحوال المعيشية الصعبة التي تتعرض لها المبحوثات وممارسة العمل الجاد داخل المنزل وخارجة، فضلاً عن خلو حياتهن من أي نوع من أنواع الترفيه، كل ذلك سـاهم في اعتبار التليفزيون الوسيلة الوحيدة للتسلية، فلا نجد رغبة أو استعدادا لمشاهدة نشرات الأخبار أو البرامج السياسية والثقافية المختلفة.
- وهذا يثير أمرا هاما يتعلق بتوظيف الدراما للقيام بعملية التوعية ودمج المرأة في التنمية، وذلك بأن يركز القائمون على إنتاج المسلسلات التليفزيونية على أن تتضمن مسلسلاتهم القيم الاجتماعية التي ترفع من وعي المرأة الريفية وتسهم في معالجة كثير من الأوضاع الفكرية والاجتماعية التي تعوق انطلاقتها نحو تحسين أحوالها المعيشية وتنميتها لتشارك في تنمية مجتمعها.
- أكدت ٦ حالات أنهن لا يشاهدن برامج المرأة في التليفزيون، وأرجعن ذلك إمـا بسـبب ظـروف عملهن أو بسبب أنها تتضمن فقرات لا تفيدهن ولا تتفق مع أوضاعهن الاقتصادية والاجتماعية. أما الحالات الثلاث الأخرى فقد عبرن عن رفضهن لبعض ما تتضمنه هذه البـرامج التـي تتعـرض

للديكور وأصول الإتيكيت وتقدم أنواعا من الطعام لا تتلاءم مع عاداتهن الغذائية أو غالية الثمن. ومن ثم فمنهن من يشاهد هذه البرامج من أجل التسلية (والفرجة) ولكن بدون استفادة حقيقية.

- ترى معظم المبحوثات أن المسلسلات التليفزيونية تبرز مشاكل الناس وطريقة حلها. وأشار البعض إلى إنهن يتعلمن من هذه المشاكل ويستفدن منها عندما يواجهن مواقف مشابهة.
- اتفقت كافة المبحوثات على أن الإعلانات التليفزيونية مملة ومضيعة للوقت وغير مفيدة؛ وذلك لأنها تؤثر تأثيرا خطيرا في الأطفال فهم يقلدون كلمات وحركات الممثلين ويطالبوا أسرهم بشراء السلع المعلن عنها سواء أكانوا في حاجة إليها أم لا.. كما أن هذه الإعلانات تزيد إحساس الطفل بعجز أسرته عن تلبية مطالبه التي يتمتع بها غيره من الأطفال... ووصفت إحدى السيدات أن أطفالها في طريقهم إلى الجنون من الإعلانات عن السلع المخصصة للأطفال... إلا أن بعض المبحوثات أشدن بإعلانات التوعية الموجهة للمرأة والطفل، مثل إعلانات وزارة الصحة عن موعد التطعيمات، تنظيم الأسرة وإعلانات البلهارسيا.
- باستثناء حالتين لا يشاهدان الأفلام التي تعرض في التليفزيون؛ اتفقت المبحوثات على تفضيل الأفلام القديمة ويرجع ذلك إلى أن هذه الأفلام تتميز بالأدب والحياء ولا يوجد بها ألفاظ أو مشاهد خارجة تحرج أفراد الأسرة وتثير فضول الأبناء.
- جاءت أمينة رزق مقدمة الممثلات المفضلة لدى المبحوثات وأرجعن ذلك إلى قدراتها التمثيلية الرائعة واحتشامها وتمسكها بالفضيلة. إلا أنه من الغريب أن تأتي أم كلثوم كممثلة لتنافس أمينة رزق في اختيارات الحالات المدروسة. وجاءت أسماء مثل: فريد الأطرش، ونجاة لتنضم على قائمة الممثلين لدى المبحوثات، ثم فريد شوقي ومديحة يسري وعماد حمدي وعمر الشريف. ومن الفنانين المعاصرين نور الشريف وكريمة مختار ووجدي العربي وأشرف عبد الغفور وعزت العلايلي وفاروق الفيشاوي ومحمود عبد العزيز وأحمد عبد العزيز وآثار الحكيم وسمية الألفي في مقدمة الفنانين المفضلين.
- جاء مسلسل ذئاب الجبل في مقدمة المسلسلات التليفزيونية لدى المبحوثات وذلك لنه يعبر عن بعض المشكلات المثارة في المجتمع الريفي ومسلسل العائلة الذي كشف خطورة الإرهاب ومسلسل برج الأكابر الذي أكد على ضرورة تمسك الإنسان بمبادئه وعدم الضعف أمام المادة.
- اتفقت المبحوثات على أن الأفلام والمسلسلات التي تعرض في التليفزيون تعبر عن المرأة الريفية بشكل مقبول خاصة في أزيائها وطريقة حديثها وبما يتعلق بمسئولياتها عن أسرتها وبما تتضمنه هذه الأفلام من نقد للأساليب الخاطئة السائدة في الريف المصري ومحاولة إصلاحها.

التعرف على بعض القيم الثقافية:

قيمة الإنجاب : اتفقت جميع الحالات على أن الإنجاب قيمة عظيمة تؤكد مكانة المرأة لدى زوجها ووسـيلة لضمان استمرار حياتها الزوجية، فضلاً عن أن الإنجاب يمثل الفائدة الرئيسية للمرأة وبدونه تصبح المرأة لا نفع لها ولا جدوى. واتفقت المتعلمات وغير المتعلمات في اعتبـار الأبنـاء عزوة وإن أشارت المتعلمات إلى ضرورة تنظيم الأسرة لتوفير الرعاية اللازمة للأولاد.

قيمة المشاركة وتقلد المرأة للمناصب العليا والوصول إلى منصب عمدة:

اتفقت جميع الحالات المدروسة أن الجماعية أفضل لأن فيها تعاونًا وحبا للآخرين ومساعدة للغير.

قيمة الحرية:

ركزت الحالات المدروسة على حرية المرأة والتي يجب أن تقف عند حـدود معينـة لا تتخطاهـا، وأن اتجاهاتهم إيجابية نحو قيمة الحرية التي نظر إليها باعتبارها مرادفة للأمن والأمـان والإحسـاس بالكرامـة والمسئولية.

قيمة الديمقراطية:

اختلف مفهوم هذه القيمة بين المتعلمات وغيرهن، فرأت المتعلمات أن الديمقراطية قيمة كبيـرة تعنـي أن يكون لكل فرد رأيه الذي يعبر عنه بحرية، وربطن بينها وبين الانتخابات. أما غير المتعلمات فقد ربطن بين الديمقراطية وبين الحرية وعدم الظلم. فضلاً عن حالتين أجابا بأنهما لا يعرفان شيئا عن الديمقراطية.

قيمة العمل:

أكدت معظم الحالات على أهمية العمل وإن كان يلاحظ أن المتعلمات نظرن إلى العمل باعتبـاره وسـيلة لتحقيق الذات والشعور بالمسئولية في حين أن غير المتعلمات اعتبرن العمل هو وسيلة لتحسين أوضاع الحياة المعيشية للأسرة في الجانب المادي فقط، وربطت إحدى الحالات بين العمل والاحتياج المادي.

قيمة الصبر:

اتفقت كافة الحالات على اعتبار الصبر قيمة عظمى، يستطيع المرء من خلالها أن يحقق ما يتمناه (الصبر مفتاح الفرج) كما أنه يعني الرضا بالمقسوم والارتياح له.

قيمة التعليم:

أكدت المبحوثات المتعلمات أن التعليم يعني الوعي والتنوير وعلو مكانة الفرد وتميزه عن الآخرين.

الممارسات الثقافية:

يلاحظ أن الاتجاه الغالب لدى الطبيب الخاص أو في الوحدة الصحية وأن الالتجاء للوصفات الشعبية غير سائد سوى في بعض الحالات البسيطة مثل الكحة (على التليو أو ورق الجوافة وشرب منقوعهما) ووضع لبخة طماطم على الدمامل، وأن كان يلاحظ أن الممارسة الشعبية تزيد لدى السيدات الراغبات في الحمل في حالة تأخر الإنجاب، ومنها (المرور أسفل جثة أو النزول إلى القبور) كما تستخدم الوصفات البلدية في حالة إنزال الحمل زمنها (إلى قشر البصل ثم تناوله).

المشاركة السياسية:

كشفت الدراسة عن إظلام تام في الوعي السياسي لدى المبحوثات خاصة بين الأميات والحاصلات على مؤهلات متوسطة، والدليل على ذلك أن جميعهم قد فشلن في معرفة الأحزاب الموجودة في مصر بل ذكرت إحدى الحاصلات على دبلوم متوسط أنه يوجد في مصر أحزاب (الشورى والمعارضة) وربطت - مثلها مثل باقي العينة - بين الأحزاب وبين الإرهاب فالأحزاب بالنسبة لها هي (الإرهاب: الحاجات اللي بيعملوها الشباب بتوع الجماعات وبيموتو بيها الناس). أما الحاصلات على مؤهلات عالية فكن أكثر معرفة بالأحزاب الموجودة على الساحة المصرية.

وأعتقد أن هذه النتيجة الخطيرة تعبر بشكل أضح عن تقاعس وسائل الإعلام وغيرها من وسائل التربية والتثقيف في التوعية السياسية للمواطنين البسطاء والذين يمثلون غالبية الشعب المصري، كما تعني عدم تواجد الأحزاب على الساحة المصرية خاصة في القرى، مما يسمح بتواجد القوة غير الشرعية أيا كانت انتماءاتها الأيديولوجية ليقوم بالدور المفترض أن تقوم به الأحزاب السياسية على اختلاف توجهاتها.

وبالطبع فإن كافة الحالات لا يوجد لديهن بطاقة انتخابية ولا يشاركن في الانتخابات وأن كن يسمعن إن فيه انتخابات (سواء رئاسة الجمهورية أو مجلس الشعب.. وغيرها).

الوعي بقضايا المجتمع – الأسرة – الفرد:

- أكدت (خمس حالات) من المتحدثات أن مشكلة الفقر أو (قلة النقود) هي المشكلة الأولى التي تواجه الأسرة وأضافت حالتان ضيق المسكن إلى جانب قلة النقود كمشكلة تواجه أسرتها. في حين ذكرت إحدى الحالات أن بطالة أولادها الحاصلين على شهادات عالية تمثل مشكلة تؤرق أسرتها. وذكرت حالة أخرى أن الخلافات المادية بين زوجها وشقيقه هي مشكلة أسرتها.. أما الحالة الأخيرة فقد أشارت إلى عدم وجود مشاكل على الإطلاق.

- جاءت مشكلات الفقر والغلاء والبطالة والصرف الصحي كأبرز المشكلات التي تعاني منها أسر القرية من وجهة نظر المبحوثات. ورأين أن حل هذه المشكلة يتأتى عن طريق الحكومة.

أما عن المشكلات التي تواجه مصر فجاءت الإجابات على النحو التالي:

الإرهاب (ثلاث حالات)، الفقر والبطالة (ثلاث حالات) زيادة النسل (حالة) البوسنة وفلسطين (حالة) في حين ذكرت حالتان أنهما لا يعلمان شيئًا عن مشكلات مصر.

أما المسئول عن حلها من وجهة نظر المبحوثات فجاء على النحو التالي:

الإرهاب : تعاون المواطنين مع الحكومة.

الفقر والبطالة : ليس لهما حل، والهجرة إلى خارج البلاد.

زيادة النسل : رؤساء الدول.

- وهكذا يتضح إحساس المواطنة القروية بأبرز مشكلات مصر وهي الأزمة الاقتصادية والبطالة والإرهاب، كما يلاحظ ارتباط مشاكلهن الأسرية بمشاكل المجتمع المصري ككل.

المشروعات التي تحتاجها المرأة في القرية:

اقترحت المبحوثات عدة اقتراحات لمساعدة المرأة القروية، وهي: مشغل لتعليم الفتيات الخياطة والأشغال اليدوية، مركز للأسرة، والتوسع في مشاريع محو الأمية، مشروعات لتربية الدواجن والأرانب.

مقترحات المبحوثات في التغطية الإعلامية لموضوعات المرأة الريفية:

أشارت المبحوثات إلى أهمية تخصيص برامج للمرأة الريفية في الراديو والتليفزيون على أن تكون في مواعيد تتناسب وطبيعة عملها ومسئولياتها.

واقترحت المبحوثات عدة موضوعات يجب أن توضع على الأجندة الإعلامية الموجهة للمرأة الريفية سواء في الصحف أو في الراديو والتليفزيون، ومن بينها:

- الدعوة إلى رفع سن الزواج بالنسبة لفتاة من ١٦ إلى ٢٠ عاما.
- التوعية بمخاطر زواج الأقارب وما ينتج عنه من مشكلات صحية للأبناء.
- توعية المرأة العاملة بحقوقها وواجباتها.
- توعية المرأة العاملة بقوانين الأحوال الشخصية.
- الدعوة إلى تنظيم الأسرة والإشادة بالأسرة الصغيرة.
- الاهتمام بموضوعات التوعية الصحية وطرق الوقاية من الأمراض.
- الدعوة إلى تعليم المرأة الريفية ومحو أميتها.

الفصل الخامس

حي مصر القديمة

نتائج الحالة في مصر القديمة

مُقدِّمة:

بانتهاء عقد مؤتمر المرأة الدولي (١٩٧٦ – ١٩٨٥) الذي أقرته الأمم المتحدة، تعاظم الاهتمام بقضايا المرأة في مختلف أنحاء العالم، وانكب الدارسون والباحثون لإعداد الدراسات حول أوضاع المرأة ودورها، وفي إطار هذا الاهتمام صدر العديد من التشريعات في الكثير من بلدان العالم لتحسين أوضاع المرأة كاستجابة لنداءات الأمم المتحدة، وبزغ منذ ذلك التاريخ - داخل الحقل المعرفي للعلوم الاجتماعية في اهتمامها بقضية المرأة - ما عرف بقضية تمكين المرأة Women Empowerment أي ضرورة مشاركة المرأة بفاعلية في أي سياسة تنموية طموحة.

ومن هذه الزوايا يحاول هذا التقرير التعرف على أوضاع المرأة في القطاع الحضري بأحد أحياء القاهرة من خلال دراسة ميدانية لعينة من نساء الحي، وغني عن البيان أن أهمية هذا الموضوع تأتي من أن القطاع الحضري قد نال اهتماما ملحوظًا منذ ما يقرب من نصف قرن بفضل سياسات التنويه القائم تبنيها خلال تلك الفترة، وضمن هذا السياق يظل التساؤل المطروح: إلى أي مدى عكست التحولات والتغييرات في البنية الاجتماعية الحضرية نفسها على أوضاع المرأة بالقطاع الحضري، وهي مهمة يحاول هذا التقرير مناقشتها والاضطلاع بها.

منهجية الدراسة وعينتها المختارة:

كما سبق القول فإن التقرير الحالي يسعى إلى كشف واقع المرأة على المستويات المتعددة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والسياسية من خلال دراسة ميدانية تعددت أدواتها المنهجية عبر مراحل الدراسة، حيث تم في البداية إعداد ملف للمعلومات بالحي للخروج بإطار عام يحكم خصوصيته والسمات المميزة له. حيث تم وصف الحي أثنوجرافيا للكشف عن خصوصيته ومدى تشابك علاقاته الاجتماعية. وتلا ذلك إجراء دراسة استطلاعية واسعة شملت ٢٢٥ حالة وزعت حسب المستويات الاجتماعية والاقتصادية بالحي واستخدمت أداة الاستبيان لإبراز الجوانب الكمية لأبعاد الظاهرة. وفي محاولة للخروج ببعض الفرضيات النظرية والمنهجية التي تواجه الدراسة في مرحلتها الأخيرة، وأخيرا تم استخدام منهج دراسة الحالة بما يحويه من عمق وإثراء لأبعاد الظاهرة المختلفة.

وتمحورت القضايا التي دار حولها الدليل حول النقاط التالية:

١- البيانات الخاصة بالأسرة المعيشية (كوحدة للتحليل).

٢- الخلفية الاجتماعية لتكوين الأسرة المعيشية.

٣- بيانات خاصة بالعلاقات الاجتماعية في الأسرة.

٤- مكانة الزوجة والبنات داخل الأسرة.

٥- الجانب القيمي نحو عمل المرأة ودور الرجل.

٦- طبيعة عمل المرأة وحجمه.

٧- الكشف عن أبعاد الجانب الإعلامي والثقافي.

٨- المشاركة السياسية للمرأة الحضارية.

٩- الوعي بقضايا الفرد، الأسرة، المجتمع.

وإذا ما حاول الباحث التعرض لمنهجية هذه الدراسة، فيمكن القول: إن هذه المرحلة من البحث شملت ثمان أسر معيشية تم اختيارها وفق محددات ومؤشرات صاغها فريق العمل المركزي وفي إطار مناقشة مستفيضة، بحيث يسهل الوصول - في النهاية - إلى التمثيل الأصدق للمستوى الاجتماعي والاقتصادي للواقع المعاش بالحي.

وتمثلت تلك المحددات في:

١- المستوى الاجتماعي والاقتصادي.

٢- المستوى التعليمي.

٣- الحالة العلمية.

٤- متغير الأجيال.

٥- متغير الحالة الزوجية.

وقد صاغ فريق العمل العديد من المؤشرات الفرعية داخل دليل العمل الميداني للاستدلال على طبيعة المستوى الاجتماعي الاقتصادي كالدخل ومصادره، والمهنة، ونوعية الأثاث وامتلاك الأجهزة المعمرة.

وقد أتى اختيار عينة الدراسة وفق مؤشراتها
السابق الحديث عنها على النحو التالي

الحالات المدروسة	السن	الحالة التعليمية	الحالة الزوجية	الحالة المهنية	المستوى الاجتماعي	ملاحظات
الحالة ١	٦٠	متزوجة	أمية	لا تعمل	"متدني"	
الحالة ٢	٤٠	متزوجة	أمية	تعمل	"متدني"	
الحالة ٣	٤٣	أرملة	مؤهل متوسط	تعمل	متوسط	
الحالة ٤	٤٥	أرملة	أمية	تعمل	"متدني"	
الحالة ٥	٢٣	آنسة	مؤهل جامعي	تعمل	متوسط	ضمن الأسرة المعنية
الحالة ٦	٣٠	متزوجة	فوق المتوسط	تعمل	فوق متوسط	
الحالة ٧	٢٤	آنسة	متوسط	لا تعمل	"متدني"	
الحالة ٨	٥٥	متزوجة	أمية	تعمل	"متدني"	

ولعل الاستنتاج البالغ الدلالة بهذا الجدول هو مدى العلاقة التبادلية بين متغير التعليم والمستوى الاجتماعي الاقتصادي حيث إن الحالات الثلاثة المتوسطة وفوق المتوسطة نجد أنها تلقت تعليما متوسـطًا أو جامعيـا، أيضا تلك العلاقة التشابكية بين التعليم والعمل، حيث إن الحالات الثلاث التي تلقت تعليما في مراحله المختلفة نجدها ترتبط بأعمال تختلف نوعيتها حسب درجة التعليم.

وسوف نحاول في عجالة إلقاء الضوء على خصائص العينة في إطار الكشف عن الأوضاع الاجتماعيـة والاقتصادية والثقافية للمرأة بالقطاع الحضري في حي مصر القديمة.

١- عدد أفراد الأسرة ومتوسط الأسرة:

الحالة ١	الحالة ٢	الحالة ٣	الحالة ٤	الحالة ٥	الحالة ٦	الحالة ٧	الحالة٨	المجموع
٣	٩	٧	٨	٧	٤	٤	٤	٤٤

وبهذا يكون متوسط عدد أفراد الأسرة ٥,٥ فرد:

وضمن هذه الأسرة توجد أسرتان تعولان أُم والدة الزوج أو الزوجة، ويلاحظ أنه لا توجد أسـرة ممتـدة كتلك الأسرة التقليدية المعروفة في الريف المصري، وربما يكون أحد نتائج التحديث الذي عرفه هذا القطـاع الحضري متمثلاً في انتشار الأسرة البدوية ولهذه القضية أبعاد تأتي ضمن تناول دور المرأة ومكانتها داخـل الأسرة المعيشية، ولا شك أن القضية الأساسية هي التي يكشف عنها نمط الأسرة المعيشية بعيدا عن تـدخل الإطار البنائي الأكبر متمثلاً في والد الزوج أو والدة الزوج.

٢- العلاقة بين السن وعدد سنوات الزواج وعدد مرات الحمل والتعليم:

الحالات	السن	عدد سنوات الزواج	عدد مرات الحمل	التعليم
١	٦٠	٤٣	٦	أمية
٢	٤٠	٢٠	٦	أمية
٣	٤٣	٢٣	٧	متوسط
٤	٤٥	١٢	٦	أمية
٥	٢٢	-	-	جامعية
٦	٣٠	٢	٢	فوق متوسط
٧	٢٤	-	-	متوسط
٨	٦٠	٣٨	٥	أمية

إن أحد الحالات الواضحة هي تلك العلاقة بين سن المرأة وعدد سنوات الزواج وعدد مرات الحمل، حيث نجد أن معظم النساء ممن تجاوزن سنوات الزواج بالعشرين سنة قد حملن ما يزيد على ٥ مرات، وبما يعني أن مؤشرات الخصوبة عالية، وباستثناء الحالة رقم ٣ والتي تلقت تعليما متوسطًا نجد علاقة واضحة بين التعليم ومرات الحمل، حالة (٦)، أو ارتفاع سن الزواج (٢٢ – ٢٤) حالتي (٥ – ٧) حيث لم يتزوجا بعد.

المهنة: العلاقة بين المهنة – التعليم – القطاع غير الرسمي.

١	ربة منزل
٢	خادمة في منزل
٣	ربة منزل
٤	بائعة قماش بالقطعة.
٥	مدرسة بالمرحلة الإعدادية.
٦	مراقب حسابات بأحد البنوك.
٧	ربة منزل.
٨	مربية أطفال في دار حضانة (فراشة)

إن الدلالة الواضحة لهذا الجدول تشير إلى تلك العلاقة بين المستوى التعليمي والعمل في القطاع الرسمي المنظم. بينما نجد العكس تماما حيث تنتشر النساء غير المتعلمات في القطاع غير الرسمي أو غير المنظم وما يحوط هذا القطاع من إشكاليات تتعلق بأوضاع العمل وظروفه والدخل المتحصل منه والافتقاد إلى

الضمانات الحقيقية لعلاقات عمل مستقرة. وأن المرأة تحت الظروف الاجتماعية والاقتصادية السيئة لا تجد غير هذا القطاع الهامشي تمارس من خلاله نشاطها الاقتصادي وتحصل من خلاله على مكانتها داخل الأسرة، وداخل المجتمع المحيط بها، تشير الحالة الرابعة وتعمل (دلالة) إلى أن أولادها يعيبون عليها هذا العمل، على الرغم من أنها أرملة ويعد هذا العمل هو الدخل الحقيقي لهذه الأسرة.

نسق المسكن كإطار للتفاعل الاجتماعي:

نظرا لضيق مساحات الطرق والوحدات السكنية وكثافة السكان. فإن المكان يمثل المسرح الذي يجسد طابع الحياة اليومية وأنماط التفاعل. فالناس يعيشون داخل وحدات سكنية محدودة المساحة لا تتناسب مع حجم الأسرة في كثير من الأحوال. ومن الواضح أن عدم تناسب مساحة الوحدة السكنية مع حجم الأسرة قد يؤدي إلى بعض صور التكيف والمرونة في استخدام المكان وتوزيع الأنشطة به. فليس هناك حجرات للطعام وأخرى للنوم وأخرى مخصصة للاستقبال. بل هناك مرونة في جعل الحجرة الواحدة تؤدي أكثر من وظيفة. وفي إطار فهم هذه الخصوصية - محل الشك – يتضح أن للمسكن أهمية كبيرة في فهم طبيعة العلاقات الاجتماعية داخل الأسرة وخارجها. وأيضا تتحدد إلى حد كبير طبيعة العلاقات الاجتماعية ومدى التداخل والتشابك بين عناصرها بطبيعة وخصائص النسق السكني والحيز الذي يحتله ولعل الملاحظة التي نود الإشارة إليها حول خصائص هذا النسق السكني وهي ما يعرف بتجاوز علاقات العائلة أو القرابة؛ حيث تتجاور بشكل لافت للنظر العائلات الموجودة سواء داخل العينة أو الحي عامة. ويعود ذلك في رأينا إلى أن كثيرا من هذه الأسر والعائلات كانت من أصول ريفية، وعندما هوت إلى المدن بحثًا عن العمل فإنها تميل إلى التجاور العائلي والقرابي في مواجهة هذا المجهول الجديد، ولعل هذه النتيجة تؤكدها وتدعمها دراسات الهجرة الداخلية ومدى تكيف المهاجرين في علاقاتهم الجديدة في الحضر؛ حيث يميلون إلى البحث عن العلاقات العائلية والقرابية المهاجرة أيضا.

وتجدر الإشارة إلى أن سكان هذا الحي متدرجون في سلم اجتماعي يختلف باختلاف خصائص المسكن، وكما سوف يتضح لاحقًا؛ حيث تسود مساكن متدرجة في المستوى الاقتصادي والاجتماعي - باستثناء الحالة رقم (٦) - فيكاد يكون هناك شبه اتفاق عام لخصائص المسكن بين أفراد العينة مع بعض الفروقات المحدودة. فالحالة رقم (٦) وهي أسرة تم تقييمها ضمن المستوى الاقتصادي والاجتماعي فوق المتوسط ويتجاوز دخل الزوج والزوجة ١٠٠٠ جنيه - كما سوف يتضح لاحقا - تقيم في شقة عبارة عن ٤ حجرات وصالة وبها أثاث حديث وأنتريه + غسالة أوتوماتيك + سخان كهربي + ثلاجة وتليفزيون ملون. مع امتلاك الأسرة لسيارة خاصة. أما باقي الأسر فيكاد يكون النمط الغالب هو حجرتان وصالة أو بدون صالة في أحيان كثيرة، وهناك بعض الحالات لا يوجد مطبخ وغالبا ما تستخدم الصالة أو أحد الحجرات كبديل له. وأيضا هناك حالة (٢) تستخدم حماما مشتركًا مع بعض السكان. وتتشابه إلى حد كبير نوعية الأثاث الموجودة بهذه الوحدات السكنية حيث يعد الكنب - وهو نمط تقليدي ريفي - سمة غالبة في هذه الوحدات. وكما سبق القول فإن هذا الكنب يستخدم كبديل للأسِرة، وأيضا يستخدم في استقبال الضيوف والقادمين من الريف في زيارات

عائلية، واللافت للنظر هو شراء جميع هذه الأسر للسلع المعمرة بالتقسيط، ولا توجد حالة واحـدة امتلكـت أجهزة معمرة بالشكل النقدي المباشر بل اعتمدت على شراء هذه الأجهزة بالتقسيط. وتوجد حالتان فقط ضمن أفراد العينة يمتلكان جهاز تليفزيون ملونًا والباقي أبيض وأسود مع إجماع العينة على وجود راديو وتليفزيون بهذه الوحدات، وربما يكون التليفزيون في هو السمة المشتركة واللغة التي يتم التحاور من خلالها بين أفـراد الأسرة والمجتمع الخارجي المحيط بهم سواء الحديث في برامج المشكلات أو المسلسلات التي يقدمها.

وإذا جاز للبحث تقسيم وتصنيف عينة الدراسة وفق خصائص النسق السكني فسوف نجـد أن هنـاك سـلما اجتماعيا يتكون من درجتين (المستوى الحديث) وهو عبارة عن شقة مستقلة بها مطبخ وحمـام وأثـاث جيـد، (والمستوى التقليدي) وهو نمط آخر تقليدي تلعب متغيرات اجتماعية واقتصادية دورا لتأكيده ودعمه عبر الزمن.

الأصول الاجتماعية لعينة الدراسة:

إن الكشف عن الأصول الاجتماعية لعينة الدراسة على درجة كبيرة من الأهمية، فلا شك أن تحديد طبيعة الأوضاع الاجتماعية لأسر الدراسة إنما ترتبط بالأصول الاجتماعية التي خرجت منها هذه الأسر، وسـوف يعتمد التحليل هنا على عدد من المؤشرات لتحديد الأصول الاجتماعية كدرجة تعليم والد الزوجة ووالـدتها، وأيضا مهنة الأب والأم، وفي النهاية تحديد نمط الزواج وموقفهما من تعليم البنات.

حالة الرقم	درجة التعليم		المهنة		نمط الزواج	الموقف من تعليم البنات والزواج
١	تعليم ابتدائي	أمية	جزار	خياط بعض الوقت	عائلي	تفضل زواج البنت مبكرا، تفضل الذكور
٢	أمي	أمية	بيع أدوات منزلية	ربة منزل	عائلي	لا يحرص على تعليم أبنائه
٣	أمي	أمية	تاجر حبوب بسيط	ربة منزل	عائلي	حريص على تعليم الأبناء – وتعليم البنات
٤	أمي	أمية	فكهاني	ربة منزل	عائلي	غير مؤمن بتعليم البنات
٥	يقرأ ويكتب	أمية	عامل	ربة منزل	عائلي	حريص على تعليم الأبناء
٦	أمي	أمية	تاجر	ربة منزل	عائلي	حريص على تعليم الأبناء وصاحب قرار زواجهم
٧	أمي	أمية	عامل	ربة منزل	عائلي	تفضل الذكور
٨	أمي	أمية	عامل	ربة منزل	عائلي	تفضل الذكور

تكشف البيانات السابقة عن خصائص هامة فيما يتعلق بتحديد المستوى والأصول الاجتماعية لعينة الدراسة، فعلى مستوى الحالة التعليمية نجد أن الغالبية العظمى من حالات الدراسة ٦ حالات منهم أميين واثنين يقرءون ويكتبون أما الوالدات فكلهن أميات، وأيضا الحالة المهنية فسوف نجد أن خمسا منهم يعملون بوظائف تقليدية وحرفية بسيطة، بينما ثلاث منهن أولاد عمال وباستثناء الحالة رقم (١) والتي عملت خياطة في بعض الأحيان فهم ربات بيوت لا يعملن، والسمة الغالبة لنمط الاختيار للزواج كان النمط العائلي، وثلاث منهن حرصن على تعليم الأبناء والبنات وساءت الرؤية الغالبة لتفضيل الذكور وأهمية زواج البنت مبكرا كسترة لها وله أيضا.

وهنا نجد أن القيم التقليدية هي الحاكمة لنمط الاختيار للزواج مع محدودية نطاق التعليم للأب والأم وتسود الثقافة التقليدية لتفضيل الذكور على الإناث.. إلخ.

العلاقات الاجتماعية داخل الأسرة:

١- العلاقة بين الزوج والزوجة:

أشارت ثلاث حالات بأنهن يتمتعن بعلاقات طيبة مع الزوج، وهي علاقة تقوم على الاحترام والتقدير بينما أجابت ٥ منهن بأن العلاقة مع الزوج يشوبها نوع من التوتر وعدم المسئولية من قبل الزوج، وهي علاقة تقوم على القهر، وقد أجابت إحدى السيدات بأن زوجها دائم الضرب لها. (حالة ٦) كما توجد حالة هجر بين الزوجين حيث ترك الزوج المنزل منذ ما يقرب من عشر سنوات دون أن يتحمل تكاليف المعيشة للزوجة والأبناء.

٢- مشورة الزوجة:

أفادت عينة الدراسة أن (٦ حالات) يقمن باستشارة زوجاتهن، في بعض المسائل الأساسية، على الرغم من وجود علاقات متوترة سبق الحديث عنها. إلا أن الاتجاه العام لعينة الدراسة هو انفراد الرجل باتخاذ القرارات في الحياة الأسرية دون العودة إلى المرأة أو أخذ رأيها ثم يتم إخبار الزوجة فيما بعد، وقد أجابت ثلاث حالات أن أزواجهن دائما يستشيرونهن في شئون الأولاد وتعليمهم والدروس الخصوصية والمنزل.

٣- علاقة الزوجة والزوج بالأبناء:

١/٣ علاقة الزوج بالأبناء:

أجابت ثلاث حالات بأن الأب سلبي تجاه أبنائه ودائم الشجار معهم، وأفادت واحدة منهن بأن زوجها لا يعلم أي شيء عن أولاده، وهناك قيمة واضحة ذكرتها عينة الدراسة هي ميل الزوج نحو تفضيل الذكور أو زواج البنات مبكرا لسترتها أولاً، وأفادت ٤ حالات أن علاقة الزوج بالأبناء بخاصة البنات منهن علاقة طيبة، وقد ذكرت إحداهن أن الزوج يعامل ابنته المتعلمة معاملة طيبة وأنهما أصدقاء والبنت تتحمل مع الأب مسئولية التشاور في كثير من شئون المنزل وتعليم الأخوة.

٢/٣ علاقة الزوجة بالأبناء وبخاصة البنات:

هناك شبه إجماع لدى جميع أفراد العينة على علاقة طيبة بأولادهن وأنهن يحاولن تعويض دور الأب، وذكرت معظم الحالات أنه لا فرق بين الولد والبنت بل البنت المتعلمة أفضل من الولد، وأنهن يحرصن على تعليم البنات ومنع زواجهن قبل إتمام المراحل التعليمية المختلفة، وتتحمل المرأة في معظم الحالات الدور الأكبر في توجيه الأبناء وبخاصة البنات، وسوف يرد في الأجزاء التالية الدور الاقتصادي للمرأة؛ حيث تتحمل ثلاث أسر منهن المسئولية الاقتصادية كاملة داخل الأسرة.

الإطار القيمي لدور المرأة ودور الرجل:

١- الست ملهاش إلا بيتها – مش مفروض تشتغل:

أجابت الثماني حالات بأنهن يعترضن على هذه المقولات وأن عمل المرأة على درجة كبيرة من الأهمية، وأتت الإجابة بأن العمل هو ضمان للمستقبل وحماية للبيت أيضا عن طريق المساعدات المالية.

٢- قيمة الزواج مقابل قيمة التعليم:

تشير الإجابات إلى أن ٦ حالات أجبن بأن التعليم أهم من الزواج، وأنهن يبذلن أقصى جهد ممكن لضمان مستقبلهن، وأفادت واحدة أنها تفضل العريس إذا كان مناسبا وموافقا على تعليم البنت بعد الزواج، وأجابت واحدة بأنها مع زواج البنت دون إكمال التعليم، ويلاحظ بشكل عام اتجاه الأسر ذات الدخل المتوسط وفوق المتوسط وحتى في بعض المستويات الدنيا إلى الاهتمام بقيمة التعليم، بعكس تلك الحالة التي فضلت زواج البنت، وتجدر الإشارة إلى أن هذه الحالة ذات دخل منخفض ومستوى اجتماعي متدني.

٣- قيمة عمل المرأة:

أجابت معظم الحالات بأن العمل مهم للمرأة وأنهن لا يفضلن الجلوس في البيت حيث إن الشغل مهم لهن حيث يحققن من خلاله دخلا يساعد الأسرة على ارتفاع مستويات المعيشة.

مشاركة الرجل في تحمل أعباء المنزل مع الزوجة:

توضح الإجابات المعطاة بأن ٦ حالات أجبن بأنهن مع مساعدة الرجل للمرأة في تحمل أعباء المنزل وأجابت اثنتان أنهن ضد مساعدة الرجل في المنزل، حيث إن الراجل راجل ولا داعي لمساعدته داخل المنزل.

حجاب المرأة والبنت:

أجمعت العينة على أن الحجاب سترة للبنت والأم، وأنهن مع حجاب المرأة، وتفيد الإجابات الموضحة بأن المرأة منذ زواجها لم يبق لها سوى علاقة جيدة مع الدين، وكانت الإجابة الجامعة (عايزة من الدنيا إيه ما خلاص اتجوزت) وكأن معنى ذلك أن المرأة بمجرد زواجها تفقد علاقاتها الحياتية ولا يوجد طريق آخر غير الحجاب.

"الراجل لازم تكون كلمته مسموعة":

أجابت ٦ حالات بأنهن مع ضرورة سماع كلمة (الراجل فالراجل راجل مهما كان) وأجابت اثنتان بأنهما يسمعان كلام الزوج إذا كان في صالح الأسرة وإذا كان على قد المسئولية كما ذكرنا.

"الست اللي بتصرف في البيت لازم يبقى لها قيمة":

اللافت للنظر هو أن المرأة أجابت: مع أن تكون لهن كلمة في المنزل، وإنما الإجماع أتى من ضرورة التعامل مع هذه القضية بأدب، حتى لا تحرج الرجل. وأجابت واحدة منهن بأنها لا توافق أن تكون لها كلمة مسموعة داخل المنزل فالرجل رجل مهما كان.

قيمة اختيار العريس للبنت:

هناك نقطة تحول هامة في نمط الاختيار، فالجيل السابق اعتمد على النمط العائلي في الاختيار والجديد هو إجماع أفراد العينة الثمانية على ضرورة اختيار البنت للعريس بنفسها وإذا كانت البنت متعلمة تستطيع الاختيار الصحيح.

قيمة التعليم والعمل ثم الزواج:

أشارت ٦ حالات بأنهن يؤيدون التعليم والعمل ثم الزواج فيما بعد، وأجابت حالتان بأنهما مع الزواج إذا حضر عريس مناسب وملائم للبنت.

استئذان الزوج في كل شيء:

أفادت ٥ حالات بأن استئذان الزوج حث عليه الدين. وأجابت ٣ حالات بأنهن في كثير من الأحيان يستأذن الزوج.

الست إللي عندها أولاد صغار لازم تعمل:

انقسمت عينة الدراسة فيما بينها حيث وافقت ٤ حالات على ضرورة رعاية الطفل والاهتمام به على العمل، والنصف الآخر ذكر بأنهن يعترضن على ذلك وأنه مع تنظيم الوقت يمكن رعاية الطفل رعاية قوية.

ومما سبق يمكن القول أن هناك قيما إيجابية تتعلق بالعمل والتعليم أصبحت محل تغير كبير في نظر الجيل الحالي، فالزوجات يسعين إلى تعليم بناتهن ولا يفضلن زواج البنت قبل إتمام المراحل التعليمية المختلفة، وعلى الأقل مرحلة الدبلوم. وإجمالاً يمكن القول أن هناك ازدواجية في الجانب القيمي بين القيم الحديثة والتقليدية، فهن مع الحجاب وطاعة الزوج وضرورة سماع كلامه كفريضة وفي ذات الوقت هن مع قيمة التعليم والعمل.

العلاقة مع مؤسسات المجتمع المدني بمنطقة الدراسة:

أجمعت الحالات المتزوجة الست بأنهن تعاملن مع جمعية تنظيم الأسرة حيث كن يحصلن على وسائل منع الحمل أو تركيب اللولب وأجمع الست حالات بأنهن لا يثقن في خدمات تنظيم الأسرة حيث يسـود الإهمـال وعدم النظام، وقد أجابت حالتان بأنهما حملن بعد تركيب اللولب مما أفقد هذه الجمعية مصداقيتها. وبشكل عام فإن العلاقة بين جمعية تنظيم الأسرة ونساء العينة غير ودية ولا يرحبن بالذهاب إليها.

وقد أتى البديل مع المستوصف الإسلامي بجامع عمرو ابن العاص حيث أجمعت الثماني حـالات بـأنهن يفضلن هذا المستوصف الإسلامي حيث إنه في متناول كل الناس، فأسعار العلاج به زهيـدة، وبـه أجهـزة حديثة، وعلى ذلك يمكن القول إن نساء الأحياء الشعبية يفضلن المساجد والعيادات الموجودة بها عن التعامـل مع أي عيادات أخرى. وقد أجابت الحالة رقم (٦) بأنها تذهب إلى طبيب خاص وإن كان هذا لا يمنـع مـن ذهابها إلى المستوصف الإسلامي بجامع عمرو. حيث تعتبره من أفضل المؤسسات لخدمة المرأة في المنطقة.

وقت العمل المنزلي:

يبدأ العمل المنزلي عند معظم نساء العينة في السادسة والسادسة والنصف صباحا وهنا لا فرق بين سـيدة تعمل (٥ حالات) وسيدة لا تعمل (٣ حالات) حيث أجمعن بأنهن يبدأن اليوم الساعة ٨ صباحا حيـث إنهـن يقمن بإعداد وجبة الشاي مع إفطار بسيط، ويتضح من ذلك أن الغالبية العظمى في أفراد العينة يبدأن الساعة ٨ مع ضرورة إبداء ملاحظة حول الحالة الثامنة التي تبدأ عملها الساعة ٧ مساء وحتى السابعة صباحا بمـا يعني أنها تقوم وقتها بشكل مختلف حيث تعد الإفطار وتنام حتى الساعة ١٢.

نموذج للتقسيم وتخصيص الوقت لأفراد العينة المشتغلات:

الساعة ٦ صباحا	الاستيقاظ	٧ حالات
الساعة ٨ – ٤	العمل خارج المنزل	٤ حالات
الساعة ٤ ٥,٣٠	إعداد وجبة الغذاء	
الساعة ٦ – ٨	راحة.	
الساعة ٨	بدء إعداد طعام الغد ومشاهدة التليفزيون	
الساعة ٩: ١١	مشاهدة التليفزيون.	

وفي يوم الإجازة يقمن بعمل غسيل وطبخ ويكون الغذاء الساعة ٣.

نموذج تخصيص الوقت للنساء غير العاملات:

٢- تنظيف المنزل والإفطار

ومشاهدة التليفزيون صباحا الساعة ٧: ٩

٣- شراء الطعام وتسويته. الساعة ١٠: ١٢

٤- إعداد طعام الغذاء الساعة ١: ٣.

الجلوس مع الجيران.

٥ – مشاهدة التليفزيون الساعة ٧: ١٢.

مصادر دخل النساء:

كما سبق القول فإن هناك ٥ حالات يعمل منهن ثلاث حالات؛ تعيل أسرهن معيشيا إعالة كاملة، وأجابت اثنتان بأنهما يساعدن الأسرة في حدود معينة وأنهما يحتفظن بالرواتب الخاصة بهما، وتنتمي معظم الأسر إلى الداخل المنخفض حيث يبلغ متوسطه بين ٨٠ جنيها في الشهر إلى ٢٥٠ جنيها. وحالتان فقط أجابت بأن راتبهن يتجاوز الـ ٣٥٠ جنيها، فالحالة ٦ يبلغ دخلها ٥٠٠ جنيه شهريا حيث تعمل في أحد البنوك كمراقب للحسابات... ويوجد ضمن حالات الدراسة حالتان تحصلان على مرتب السادات وهو ١٨ جنيها شهريا وتتحمل المرأة باقي التكلفة النقدية والاقتصادية حيث يعملان لتعويض هذا النقص. وهناك أسرة تعتمد على بعض المساعدات الاقتصادية من أهل الخير بالحي.

مصادر الإنفاق:

تتسم حياة أغلبية أفراد العينة بالقلق اليومي والصراع المستمر من أجل تحقيق توازن في توزيع الأدوار وذلك من أجل تحقيق استقرار في التعاون والتساند والتبادل، وتلعب النساء دورا كبيرا في رسم سياسات الأسرة لتأمين الحياة اليومية وتأمين مخاطر المستقبل وذلك عبر أنماط محددة للاستهلاك وعلاقات اجتماعية متوازنة مع جماعات الجيرة وممارسة الأنشطة الاقتصادية التي تساهم في دعم الأسرة اقتصاديا أو في أحيان كثيرة تلجأ النساء إلى تخفيض الأعباء عن كاهل رئيس الأسرة عن طريق تدبير شئون المنزل والتقليل من نفقات الطعام والملبس.

ويمثل تخفيض ميزانية الطعام داخل الأسرة المرتبة الأولى في الحياة اليومية ويتأثر نظام الاستهلاك بنظام الدخل (اليومي – الأسبوعي – الشهري) فالأسرة التي تعيش بنظام الدخل اليومي تعتمد على الأطعمة سابقة التجهيز، أما الأسر التي تعتمد على دخل أسبوعي أو شهري فإن هناك قدرا من التنوع في الاستهلاك وبخاصة الطعام حيث تعتمد الأسرة على تخزين الطعام الجاف أو المجمد.

وفي ضوء ما سبق يمكن القول إن مكانة المرأة داخل مجتمع حي مصر القديمة، تتزايد بمقدار ما يتحقق من استقرار في العمل خارج المنزل، وبمقدار ما يتحقق من دخل ناتج من عملها لصالح الأسرة.

الجانب الإعلامي والثقافي:

أولاً: قراءة الصحف والمجلات والكتب:

لعل خصائص العينة التعليمية تعطي دلالات واضحة عند الحديث عن قراءة الصحف والمجلات والكتب، أي علاقة عينة الدراسة بأحد وسائل الإعلام الجماهيرية، وكما سبق القول فقد بلغت نسبة الأمية ٤ حـالات. وتستعيض إحداهن عن الصحف بالذهاب إلى ابنة خالتها يوميا للحديث معها. وتقول إنها تستفيد منها؛ حيـث تحكي لها أخبار الحوادث والمقالات التي تهم المرأة وخلافه، والحالات الثلاث الباقيـة لـم تتعرضـن لأي صحيفة.

أما الحالات التي تقرأ وتكتب فكلهن أجمعن على شراء الصحف بشكل منتظم وكذلك بعـض المجـلات، فجريدة الأخبار تمثل المرتبة الأولى ثم الأهرام، وتهتم المرأة بقراءة القضايا الخاصة بها وبعـض القضـايا السياسية في الصفحة الأولى. وكذلك أخبار الحوادث، وتحرص نساء العينة الثلاث على شراء جريدة الأهرام الأسبوعية لقراءة باب عبد الوهاب مطاوع.

أيضا تتابع حالتان شراء مجلتي حواء وحريتي حيث تهتمان بعروض الأزياء بهاتين المجلتين.. وتضـيف واحدة منهما أنها تحرص على شراء مجلة الشباب حيث تعرض مشاكل الشباب بواقعية وتبحث عـن حلـول لها. وأجابت هاتان الحالتان أنهما في مراحل معينة من عمريهما قرآ نجيب محفوظ حيث يكتب عـن همـوم الحارة والشارع في الأحياء الشعبية، وأجابت الأخرى بأنها قرأت يوسف إدريس حيـث خاطبـت قصصـه مشاعر المرأة وتأثرت به كثيرا.

وتعتبر المرأة المقالات المكتوبة في المجلات والصحف مفيدة حيث ترفع من مستوى وعيها وتساعدها على حل كثير من مشكلات أولادها وتلوم النساء الثلاث على بعض التحليلات الخاصة بالمرأة حيث إنهـا تعـرض القضايا بشكل غير موضوعي يساعد على تشويه صورتها وجعلها جسدا فقط، وتقتصر هذه التحـليلات علـى عرض قضايا المرأة في الأحياء الغنية وتهمل المرأة في الأحياء الشعبية على حد قولهن، وبمعنى آخـر تـرى النساء أن المقالات والصحف منحازة للنساء الغنيات بعكس الاهتمام بقضايا المرأة الفقيرة وتطويرها.

التليفزيون والراديو، ومدى التفضيل:

كما سبق القول فإن سبعا من حالات الدراسة لديهن تليفزيون منهن اثنتان لديهما تليفزيونا ملونا، وتم شراء هذه الأجهزة بالتقسيط منذ فترات بعيدة، أيضا لدى الأسر الثمانية راديو وبعضهن لديه مسجل وبسؤالهن عن برامج الراديو التي تفضلها أجبن بأنهم يفضلن برنامج "ربات البيوت" وبرنامج ضياء الـدين بيبـرس الـذي يعطي خبرات جديدة للمرأة، وأجابت النساء غير العاملات أنهن يستمعن إلى الراديو فـي الصـباح وأثنـاء ممارسة العمل المنزلي وكذلك مشاهدة برنامج صباح الخير يا مصر، أما النساء العاملات فأجبن أن أنسـب وقت لمشاهدة التليفزيون خلال الفترة من ٧ مساء وحتى الحادية عشرة، وعن الحديث عن برامج المرأة فـي التليفزيون أجمعت نساء العينة أن أفضل البرامج "كلام من دهب" حيث يتوجه للناس الغلابة على حد قولهن.

وكذلك يتابعن برامج المرأة وبرنامج "حياتي" يوم الجمعة وذكرن أن برنامج حياتي هام حيث يعطي المرأة دروسا وخبرات مفيدة في التعامل مع المشاكل التي تواجهها المرأة.

واعترضت معظم نساء العينة على الإعلانات؛ حيث إنها مضيعة للوقت وتسبب لنا مشـاكل مـع الأولاد حيث إنهم يقلدون الإعلانات ويطلبون شراء "كل اللي يشفوه". وكذلك تتابع النساء إعلانات "إيريال" وبخاصة الجوائز.

إن الاستخلاص العام الذي يمكن الخروج به: أن التليفزيون يعد الوسيلة الأساسية في ضوء الأمية السائدة بين نساء العينة. وبالتالي تقع على التليفزيون مهمة أساسية في نوعية البرامج التـي تهـتم بقضـايا المـرأة ومحاولة تنمية مهاراتها.

صورة المرأة:

أجمعت العينة المختارة أن التليفزيون يقدم صورة مشوهة للمرأة حيث يقدمها في صـورة تعتمـد علـى الجنس، إما خائنة أو زانية وهن يرفضن هذه الرؤية ويعبن على التليفزيون عدم الاهتمام بقضايا المرأة التـي تكافح من أجل زوجها وأولادها، ويعيب النساء أيضا عدم اهتمام التليفزيون بقضايا المرأة الفقيرة والحـديث عن حقوق المرأة. وترى النساء أن المرأة ليست جسدا خائنًا، بل هي عبارة عن أحاسيس ومشاعر تتأثر بمـا يقدم لها.

الأفلام والمسلسلات التليفزيونية:

من اللافت للنظر أن نساء العينة أجمعن على أنهن يفضلن الأفلام القديمة وبخاصة ذات الطابع الرومانسي وأنهن لا يحببن مشاهدة الأفلام الجديدة لأنها تعتمد على البنات الجمـيلات والقصـص التافهـة، وحظيـت المسلسلات التليفزيونية وبخاصة مسلسل "ليالي الحلمية" و"المال والبنون" على تقدير ملحوظ؛ حيث أجمعن أن أفضل ما قدم التليفزيون هما هذان المسلسلان مع مسلسل "رأفت الهجان".. وأجمعت النساء في النهاية علـى أن التليفزيون بشكل عام لا يعبر عن مشاكل المرأة الفقيرة بشكل جيد، وإنه يقدم المرأة في صورة غير لائقة.

المشاركة السياسية:

أجابت المبحوثات الثمانية بأنهن ليس لديهن بطاقات انتخابية وهن يرون أن التجربـة الحزبيـة يسـودها المحسوبية والوساطة والفساد، وأنهن يتابعن أخبار الانتخابات من خلال التليفزيون أو من خـلال الصـحف، ولكنهن لا يشاركن في أي انتخابات؛ لأن الثماني ليس لديهن بطاقات انتخابية، وربما تكون عـدم المشـاركة موقفا تجاه فشل التجربة وعجزها عن حل مشاكل الناس.

مدى وعي المرأة بمشاكل المجتمع:

تفيد المشاكل التي طرحت أن المرأة الحضرية على وعي كامل بكل ما يجري حولها؛ حيث أفادت أن أهم المشكلات التي تواجه أسرتها: البطالة وغلاء المعيشة، وأضفن أن أهم المشكلات حاليا هي البطالة – وارتفاع أسعار السلع كبير مع إضافة مشكلة الإرهاب كمشكلة تهدد الشاب في مصر.

ويطالبن بقيام جهاز التليفزيون بتقديم الحلول الملائمة لحل مشكلة البطالة وتقديم فرص عمل للشباب.

استخلاص عام للجانب الإعلامي:

١- يلاحظ أن الأمية تسود نسبة عالية من عينة الدراسة وبذا يحتل التليفزيون المرتبة الأولى في تزويد المرأة بالكثير من المعلومات العامة، وبذا يقع على التليفزيون مهمة كبيرة في نوعية البرامج والمسلسلات، بحيث يعبر عن كافة الشرائح الاجتماعية أصدق تعبير.

٢- أيضا يلعب الراديو دورا هاما وبخاصة للمرأة غير العاملة حيث تستفيد منه أثناء فترات الصباح وبخاصة برنامج ربات البيوت، وتفضل النساء سماع إذاعة الشرق الأوسط والقاهرة الكبرى لسهولة وبساطة المادة وهي تميل إلى الفقرات الخفيفة.

٣- يلاحظ أن أفضل أوقات لمشاهدة التليفزيون في الفترة من الساعة ٧: ١١ مساء وبخاصة للمرأة العاملة وهن يعبن على التليفزيون بدء السهرات بعد الساعة ١٢ مساء مما يعطلهن عن الاستيقاظ مبكرا للذهاب إلى العمل.

استخلاص عام للدراسة:

١- يلاحظ ميل حجم الأسرة إلى الارتفاع حيث بلغ معدل متوسط أفراد الأسرة لدى عينة الدراسة ٥,٥ فرد، وهو معدل مرتفع مع مراعاة أن النمط الغالب هو نمط الأسرة البدوية أي الزوج والزوجة والأبناء.

٢- الوضع التعليمي للمرأة ما زال متدنيا للغاية، حيث تسود نسبة عالية من الأمية ٥ حالات، بينما نالت حالتان تعليما متوسطا وواحدة جامعية ويلاحظ أنهن كلهن يعملن.

٣- هناك علاقة واضحة بين المستوى التعليمي ونوعية المهنة حيث النساء المتعلمات نلن شرف العمل في القطاع الرسمي؛ مما يحقق لهن مزايا وحقوق هذا القطاع، بينما المرأة غير المتعلمة اتجهت – تحت ضغوط حاجة الحياة – إلى القطاع غير الرسمي المفتقد لأجور عادلة وضمانات عمل مستقرة.

هذا ويلاحظ أن أهم متغيرين فاعلين في الحياة الحضرية هما التعليم والمهنة حيث يحددان إلى حد كبير طبيعة الوضع الاقتصادي والاجتماعي للأسرة.

الفصل السادس

نتائج التحليل المقارن

بين قريتي كمشيش والزرابي

أولاً: خصائص العينة:

- أجريت الدراسة في قرية كمشيش (وجه بحري) على ثماني سيدات، في حين تم إجراء الدراسة على عشر سيدات من قرية الزرابي (وجه قبلي).
- اتفقت أعمار السيدات المبحوثات في القريتين حيث تراوحت في كمشيش بين ٥٠ عاما و ٢٥ عاما، أما في قرية الزرابي فقد تراوحت أعمارهن ما بين ٢٣ عاما و ٥٧ عاما، ومن ثم فإن النساء المبحوثات يمثلن سن الشباب والنضج.
- اختلاف وضع المبحوثات في القريتين من الناحية التعليمية حيث اختير خمس سيدات أميات من الحالات المدروسة في قرية كمشيش وثلاث حاصلات على (مؤهلات متوسطة)، أما في قرية الزرابي فقد اختيرت ثلاث أميات وثلاث سيدات (تعليم متوسط) وثلاث سيدات حاصلات على مؤهلات عليا وسيدة حاصلة على شهادة محو الأمية؛ مما يتيح لها معرفة القراءة والكتابة.
- تتضح قسوة التقاليد الاجتماعية في قرية الزرابي والتي تعوق خروج المرأة للعمل وذلك بالمقارنة بقرية كمشيش لا تعمل خارج المنزل.

أما عن نوعية العمل فقد اتفق في القريتين، حيث إنه لا يخرج عن المساهمة في زراعة الأرض وفي التجارة وفي مهنة التدريس والأعمال الإدارية في المدارس الموجودة بالقريتين.

- اختلفت العينة من حيث الحالة الاجتماعية للمبحوثات، فنجد أنها تنوعت في الزرابي ما بين أرملة ومتزوجة وآنسة. جاءت كافة الحالات المدروسة الموجودة بالقريتين.
- برز تأثير العادات الاجتماعية في القريتين (قبلي وبحري) على الاستقلالية في المسكن، ففي قرية الصعيد ما زال النمط الغالب هو المعيشة داخل الأسرة الكبيرة حيث وجد ثلاثة مبحوثات في الزرابي يتمتعن بسكن مستقل أما الباقيات فيعشن إما مع أهل الزوج أو مع الأبناء المتزوجين فضلاً عن وجود ثلاث حالات غير متزوجات يقمن مع الأهل. في حين أن الوضع يختلف تماما في قرية كمشيش، حيث نجد أن ستة مبحوثات من بين الحالات الثمانية المدروسة يقيمن في سكن خاص بهن.

ثانيا: تحليل البيانات الخاصة بالمستوى الاجتماعي والاقتصادي في الأسرة:

- كشفت الدراسة عن اهتمام كافة الحالات المدروسة في القريتين بالتعليم، يتساوى في ذلك الذكور والإناث كما اتضح أن الحرص على تعليم الأبناء لا يرتبط بشكل جوهري بتعليم الأب أو تعليم الأم، فالتعليم أصبح قيمة هامة في حياة الأسر الريفية سواء أكانوا أميين أو متعلمين باعتباره وسيلة للتنوير وفتح آفاق الحياة أمام الأبناء وتحسين أوضاعهم المعيشية.

- ومن ثم فقد أكدت الدراسة أنه لا يوجد ارتباط ذو دلالة بين نسبة التعليم ومستواه وبين حجم الأسرة. إلا أنه يلاحظ وجود ارتباط في القريتين بين المستوى الاقتصادي للأسرة وبين حرص الأم الأمية على أن تستكمل ابنتها المراحل التعليمية المختلفة حتى تنتهي من المراحل الجامعية، فالأم الأمية ذات الدخل المنخفض ترى أنه يكفي أن يصل الأبناء (خاصة البنات) إلى مرحلة التعليم المتوسط والتي تنتهي بالحصول على شهادة متوسطة حيث تشكل الدراسة الجامعية عبئًا ماديا ترى أنها لا تستطيع أن تتحمله.
- كشفت الدراسة أن العامل الأساسي في الارتفاع النسبي في المستوى الاقتصادي لبعض الأسر المدروسة في قرية كمشيش يرجع في الأساس إلى عمل الزوج أو الابن في إحدى الدول العربية وقد ظهر هذا واضحا في حالة المسكن وما به من أدوات كهربائية معمرة، كما أن امتلاك الأسرة لأرض زراعية وفر لها الاستقرار؛ فمستوى معيشة بعض الأسر المبحوثة يرجع إلى حيازة الأرض الزراعية في المقام الأول ثم العمل في التجارة. وكشفت الدراسة في القريتين عن اهتمام عدة أسر في الريف بحيازة الأجهزة المعمرة والتي كانت قلما تتواجد في الريف المصري. فضلا عن الثلاجة والتليفزيون والغسالة وظهرت المكنسة الكهربائية والخلاط والبوتاجاز والمروحة وغيرها مما يعكس تأثير الهجرة المؤقتة للعمل في البلدان العربية، وقد ظهر هذا واضحا في قرية كمشيش أكثر منه في قرية الزرابي.

ثالثًا: الجوانب الإعلامية والثقافية في قريتي كمشيش والزرابي:

- أكدت دراسة الحالة في قريتي كمشيش والزرابي عن تدني نسبة قراءة الصحف بين السيدات واتفقت القريتان في الأسباب المؤدية إلى ذلك، يأتي في مقدمتها انتشار الأمية خاصة بين النساء.

وجود منافذ لبيع الصحف في القريتين، فضلا عن تأثير المستوى الاقتصادي والذي يجعل من شراء الصحيفة عبئا ماديا قد لا يقدر عليه الكثيرون.

- كشفت الدراسة في كمشيش والزرابي عن تأثير مستوى التعليم على تفضيلات القراءة بين المبحوثات المتعلمات، حيث احتلت جريدة (الأخبار) المرتبة الأولى بين الحاصلات على شهادات متوسطة وأقل في القريتين في حين أن جريدة (الأهرام) كانت هي المفضلة لدى الحاصلات على شهادات جامعية عليا، ويرتبط ذلك بما أثبتته عديد من الدراسات الأكاديمية التي أكدت على الشخصية المحافظة لجريدة الأهرام والسمة الشعبية لجريدة الأخبار، كما يلاحظ أن مستوى التعليم قد أثر في طبيعة ونوعية الموضوعات المقروءة للمبحوثات الحاصلات على شهادات متوسطة الموضوعات، الخفيفة مثل: الفن والحوادث والموضوعات ذات الصبغة الاجتماعية، خاصة ما يتعلق بالمشكلات العائلية والعاطفية، نجد أن الحاصلات على شهادات جامعية يفضلن قراءة الموضوعات السياسية والثقافية.

- اتفقت المبحوثات في كمشيش والزرابي في عدم متابعتهن للصفحات والموضـوعات المخصصـة للمرأة وذلك يرجع إلى عدم اهتمام تلك الصفحات سوى بالمرأة الحضرية ذات المسـتوى الثقـافي والاجتماعي المرتفع وإغفال مناقشة قضايا وهموم المرأة الريفية.
- كشفت الدراسة في كمشيش والزرابي عن امتلاك كافة الحالات لأجهزة الراديو – باستثناء مبحوثـة – في قرية الزرابي وذلك نتيجة لوضعها الاقتصادي والاجتماعي المتدني.
- جاء الاستماع إلى القرآن الكريم في مقدمة المواد الإذاعية التي تفضل المبحوثـات فـي القـريتين الاستماع إليها.
- اتفقت المبحوثات في القريتين على أن برنامج "إلى ربات البيوت" من أفضل البرامج التي يحرصن على الاستماع إليها ومتابعتها، يليه برنامج "على الناصية" وبعض البرامج الصحية، أمـا نشـرات الأخبار وغيرها من البرامج السياسية فلا تجد إقبالاً بين غالبية المبحوثات.
- أوضحت الدراسة أنه باستثناء برنامج (إلى ربات البيوت) فإن المبحوثات لا يعلمـن عـن وجـود برامج أخرى موجهة للمرأة في المحطات الإذاعية أو موعد إذاعتها.
- كشفت الدراسة أنه باستثناء حالتين توجد إحداهما في كمشيش والأخرى في الزرابي فإن المبحوثات في القريتين يمتلكن أجهزة تليفزيون وإن كان معظمها أبيض وأسود.

واحتلت فترة المساء ذروة فترات المشاهدة بين المبحوثات؛ حيث إنهن في فترة الصباح والظهيرة يكن إما في أعمالهن خارج المنزل أو يمارسن الأعمال المنزلية داخله.

- اتفقت المبحوثات في كمشيش والزرابي على تفضيل مشاهدة المسلسلات الدرامية والأفلام العربية وبرامج المنوعات. وترى غالبية المبحوثات أن المسلسلات التليفزيونية تتعرض لبعض المشكلات التـي تواجـه البعض منهن وأنهن يستفدن من بعض الحلول التي تطرحها هذه المسلسلات لعلاج هذه المشكلات. وجاء مسلسل "ذئاب الجبل" كأفضل مسلسل تليفزيوني حيث إنه يتعرض لبعض المشـكلات الاجتماعيـة فـي الصعيد ومنها حق الفتاة في اختيار زوجها مما يجعله أقرب لما هو مثار في المجتمع الريفي بصفة عامة، وأتى مسلسل "العائلة" في الترتيب الثاني بين المبحوثات لما يناقشه من خطورة الإرهاب.
- اتفقت كافة المبحوثات في القريتين على تفضيلهن للأفلام القديمة؛ حيث إنها تعبر عن الحياة الواقعية التي يعيشها الإنسان البسيط، كما أنها خالية من الألفاظ والمشاهد الخارجة التي تجرح أفراد الأسرة وتثير فضول الأبناء.
- أكدت غالبية المبحوثات في الزرابي وكمشيش لرفضهن لمعظم ما يقدم في البـرامج المخصصـة للمرأة في التليفزيون؛ حيث إن ما يهتم به من فنون الديكور والإتيكيت وأطعمة وملابس لا يـتلاءم مع عاداتهن أو مستوياتهن الاقتصادية. إلا أن قلة من المبحوثات، خاصة في قرية الزرابـي أكـدن أنهن يستفدن من بعض هذه البرامج خاصة ما يتعلق بتربية الأبناء والتفصيل(*)

(*) تعمل المبحوثة خياطة.

المقارنة بين نتائج المستوى التحليلي الثاني
بين قريتي كمشيش والزرابي

أولاً: تأثير وسائل الإعلام في تنمية المرأة الريفية:

١- الصحف:

أثبتت دراسة الحالة الاتفاق في عدد قارئات الصحف في كمشيش والزرابى والذي لم يزد على اثنتين في كل منهما، وذلك على الرغم من الاختلاف البين في المستوى التعليمي للعينة في كل قرية. وقد لوحظ ارتباط مستوى التعليم بين المبحوثات في القريتين بنوعية الصحيفة المفضلة؛ حيث جاءت الأخبار في مقدمة تلك الصحف بين ذوي المؤهلات المتوسطة وكانت الأهرام الصحيفة المفضلة لدى الحاصلات على مؤهلات جامعية. إلا أنه من الملاحظ أن عدم إقبال المبحوثات على قراءة الموضوعات الجادة السياسية والثقافية والاقتصادية وتفضيلهن فقط للموضوعات الخفيفة كان له تأثيره الواضح في انعدام الوعي السياسي بين غالبية المبحوثات القارئات للصحف، مما يؤكد أن متغير قراءة الصحف ليس هو العامل الوحيد المؤثر في ازدياد المعارف السياسية ودعم المشاركة السياسية حيث يبرز في هذا المجال نوعية الموضوعات المقروءة لتشكل أهمية في قيام الصحافة بدورها في تنمية المرأة الريفية، ويتضح هذا في عدم التعرف على الأحزاب السياسية الموجودة في الساحة المصرية(*) إحجامهن التام عن المشاركة السياسية في أي عمليات انتخابية فضلاً عن إيمانهن بعجز المرأة عن الوصول إلى المناصب القيادية إما نتيجة للضغوط التي يضعها المجتمع أمام المرأة وإما نتيجة عدم صلاحية المرأة من الأساس لتولي مثل هذه المناصب.

- أثبتت الدراسة في كمشيش والزرابي وجود ارتباط ما بين قراءة الصحف والوعي بقضايا الأسرة والقرية والمجتمع حيث جاءت قضايا الإرهاب والغلاء والفقر والبطالة باعتبارها أهم المشكلات التي تواجه أسر المبحوثات، كما أنها تؤثر في القرية والمجتمع ككل. إلا أننا لا نستطيع أن نجزم بأن قراءة الصحف، خاصة في قرية كمشيش، أو الموضوعات المقروءة هي العامل الحاسم في الوصول إلى الوعي بقضايا القرية والمجتمع المختلفة خاصة وأن مثل هذه المشكلات المطروحة سابقًا هي مشكلات معاشة يعاني منها غالبية أفراد الشعب المصري سواء أكانوا قارئين أم غير قارئين؛ مما لا يعطي دلالات واضحة على تأثير قراءة الصحف.
- بينت الدراسة أن قراءة الصحف ليس لها تأثير محدد على تبني قيم اجتماعية مواتية للتنمية أو لتحسين وضع المرأة داخل الأسرة وفي المجتمع، فما زال النسق القيمي في القريتين المبحوثتين (كمشيش والزرابي) له سطوة متشددة في علاقاته بالمرأة وهو الذي يفرض نوعية القيم الاجتماعية

(*) باستثناء مبحوثة واحدة في قرية الزرابي على دراية بالأحزاب الخمسة الرئيسية وذلك نتيجة لنشاط زوجها السياسي وانضمامه لحزب الأغلبية.

السائدة والتي يقابل الخروج عليها الازدراء والرفض من جانب المرأة نفسها، ذلك على الرغم من الاختلاف الحضاري بين القريتين والذي تمثل إحداهما الوجه البحري (كمشيش) وتمثل الأخرى الوجه القبلي (الزرابي) والذي يتعامل مع المرأة بشكل أكثر صرامة.

- كشفت الدراسة عن وجود ارتباط بين قراءة الصحف وطبيعة العمل الذي تمارسه المرأة.. إلا أن هذا الارتباط لم يتضح إلا في قرية كمشيش حيث ساعد سهولة حصول المرأة على الصحيفة بالمجان في مكان عملها على قراءة الصحف.

٢- الراديو والتليفزيون:

- كشفت الدراسة عن وجود اختلاف واضح بين القريتين في ضوء العينة المبحوثة فيما يتعلق بتأثير الإذاعة والتليفزيون على تنمية الوعي السياسي بين المبحوثات. ففي حين أثرت متابعة الإذاعة والتليفزيون على درجة الوعي بالحياة السياسية بين المبحوثات في قرية الزرابي، إلا أن طبيعة البرامج المفضلة لدى المرأة في كمشيش والتي يغلب عليها الموضوعات الاجتماعية والصحية وأشكال الدراما المختلفة، وعدم التعرض التام للبرامج الإخبارية والسياسية قد ساهم في الأمية السياسية التي تعاني منها المرأة في قرية كمشيش.

إلا أنه اتضح التأثير الإيجابي لمتابعة المرأة للمسلسلات الدرامية في القريتين على تبني قيم اجتماعية إيجابية والتي تسهم بدرجة ما في تغيير كثير من الأفكار السائدة في الريف المصري وأهمها المساواة بين الولد والبنت والاهتمام بتعليم الفتاة وعدم إجبارها على الزواج بمن لا توافق عليه واحترام الزوج الذي يأخذ مشورة زوجته في مشاكل الأسرة ويساعدها في الأعباء المنزلية، ومن ثم نستطيع أن نقول إن الإذاعة والتليفزيون قد نجحا في التأثير بدرجة كبيرة في التنمية الاجتماعية للمرأة في كشميش والزرابي وأنها إلى حد ما ساهمت في الوعي السياسي للمرأة في الزرابي وإن كان هذا الوعي لم يصل إلى درجة المشاركة السياسية. وإن كانت هذه النتائج ما زالت في حاجة إلى مزيد من الدراسات التي تبحث تأثير وسائل الإعلام في تغيير بعض المفاهيم والقيم الاجتماعية والسياسية السائدة خاصة في الريف المصري.

- كشفت الدراسة عن وجود ارتباط بين التعرض لوسائل الإعلام والوعي بقضايا الأسرة والقرية والمجتمع في الزرابى وكشميش وعلى الأخص تأثير الدراما والمسلسلات حيث ثبت أن تعرض المبحوثات لأحدى المسلسلات التي تعالج مشكلة الإرهاب قد أسهم في بروز خطورة هذه المشكلة لديهن كما أنهن قد طرحن من الحلول لمعالجتها بما يتفق مع الطرح الذي قدمه المسلسل.

ثانيا: تأثير متغير التعليم في تنمية المرأة الريفية:

١- المحور الثقافي والإعلامي:

اتفقت القريتان في عدم وجود ارتباط بين التعليم وقراءة الصحف حيث كشفت الدراسة على إنه لا توجد سوى مبحوثة واحدة من بين المتعلمات في كل من كمشيش والزرابي منتظمة في قراءة الصحف أما باقي المبحوثات فيقرأن الصحف بالمصادفة أو لا يقرأن الصحف مطلقًا.

أثبتت الدراسة أن متغير التعليم قد أثر إلى حد ما في نوعية البرامج الصحية التي تقدم لهن التوعية الصحية وتنمي العادات الصحية السليمة في حين أن الأميات لا يعنين بمثل تلك البرامج الثقافية، وإن كان يلاحظ أن متغير التعليم لم يؤثر في رفض المبحوثات في القرية نفسها لما يقدم في برامج المرأة؛ حيث إن هذه البرامج لا تراعي خصوصية المرأة الريفية سواء متعلمة أو أمية في حين أن المتعلمات في قرية الزرابى قد أشرن إلى أنهن استفدن من هذه البرامج خاصة فيما يتعلق بتربية أبنائهن وفي الأزياء والتطريز ومناقشة مشكلات المرأة العاملة في حين أن المبحوثات الأميات – باستثناء واحدة – قد أكدن عدم استفادتهن من تلك البرامج.

٢- المشاركة السياسية:

كشفت الدراسة عن فروق واضحة بين القريتين (الزرابى وكمشيش) فيما يتعلق بتأثير متغير على الوعي السياسي حيث اتضح عدم وجود ارتباط بين التعليم والوعي السياسي في قرية كمشيش فقد اتفقت المتعلمات(*) مع الأميات في عدم التعرف على الأحزاب السياسية الرئيسية وانعدام المشاركة السياسية، كما أن المتعلمات قد اتفقن مع الأميات في اختيارهن للمرشح الذي يحقق مصالح القرية، أما في قرية الزرابى فقد برز تأثير التعليم على الوعي والمشاركة السياسية لدى العينة المبحوثة حيث تعرف كافة المبحوثات المتعلمات الأحزاب السياسية، كما اتضح ارتباط مستوى التعليم بدرجة الوعي السياسي، فالمبحوثات الجامعيات كن أكثر إدراكًا للأوضاع السياسية من الحاصلات على مؤهلات متوسطة، كما أثر عامل التعليم على اتجاهات المبحوثات نحو المرشحين حيث أكدت المتعلمات ضرورة اختيار المرشح الأصلي بغض النظر عن العصبيات العائلية أو القروية في حين أن المبحوثات الأميات قد تغلب لديهن التحيز للمرشحين من أبناء القرية.

إلا أن متغير التعليم لم يؤثر في المشاركة السياسية حيث اتفقت كافة المبحوثات في قرية الزرابى على أنهن لا يشاركن في العملية الانتخابية سواء أكن متعلمات أم أميات.

(*) مع ملاحظة أن المتعلمات في العينة المدروسة حاصلات على شهادات متوسطة فقط.

٣- الوعي بقضايا الأسرة والمجتمع:

اتضح تأثر التعليم القوي على الوعي بقضايا المجتمع والقرية في كل من الزرابى وكمشيش حيث اتفقت المبحوثات المتعلمات في تحديد أولويات القضايا التي تشغل القرية والمجتمع مثل الفقر والغلاء والإرهاب والبطالة والأمية وزيادة السكان لتشكل أبرز المشكلات التي تعاني منها القرية والمجتمع، وإن برز اختلاف بين المبحوثات في القريتين فيما يتعلق بالوعي بقضايا الأسرة، ففي حين ركزت المتعلمات في الزرابى على قضايا لها صبغة عامة مثل الغلاء والبطالة، نجد أن المتعلمات في قرية كمشيش كن أكثر انغماسا في المشكلات الشخصية مثل ضيق المسكن والخلافات العائلية. أما الأميات فلم تنفصم مشكلاتهن الأسرية عن مشكلات القرية والمجتمع خاصة الغلاء والفقر والبطالة.

٤- القيم والعادات الاجتماعية:

كشفت الدراسة في كمشيش والزرابي عن عدم وجود ارتباط بين التعليم وتغيير القيم الاجتماعية السائدة خاصة ما يتعلق بالوضع للزوج، هذا الوضع الذي تدعمه المرأة نفسها وتحرص عليه، وإن اتضح أن للتعليم تأثيرا في قيم وعادات أخرى من أهمها: تعليم الفتاة، حيث كانت المتعلمات في قرية كمشيش أكثر حرصا في تأكيد أهمية تعليم الفتاة والذي يأتي قبل الزواج وعلى المساواة بين الولد والبنت في المعاملة والتعليم، في حين كانت المتعلمات الجامعيات في قرية الزرابى أكثر تأكيدا على ضرورة أن تختار الفتاة زوجها دون ضغوط.

اتضح تأثير التعليم على احترام قيمة عمل المرأة حيث أشارت كافة المبحوثات (الجامعيات) في قرية الزرابى إلى ضرورة عمل المرأة بغض النظر عن وضع الزوج المادي، أما في قرية كمشيش فكافة الحالات – باستثناء واحدة – يمارسن أعمالاً خارج المنزل، إلا أن المتعلمات نظرن إلى العمل باعتباره وسيلة لتحقيق الذات والشعور بالمسئولية في حين أن الأميات اعتبرن العمل وسيلة فقط لتحسين الأوضاع المادية للأسرة.

٥- مكانة المرأة والأثاث داخل الأسرة:

كشفت الدراسة عن عدم وجود ارتباط ذي دلالة بين التعليم ووضع المرأة داخل الأسرة خاصة في قرية كمشيش حيث تمارس المرأة (الأمية والمتعلمة) حريتها بالاتفاق داخل الأسرة واتخاذ القرارات الخاصة بتعليم الأبناء وتربيتهم وتشاور الزوج معها في كثير من المشكلات التي تعترضه، كما أن القيود التي تفرض على الزوجة من قبل الزوج تتم بموافقة الزوجة ورضاها التام سواء أكانت متعلمة أم أمية، أما في قرية الزرابى حيث تؤثر التقاليد العتيقة على مكانة المرأة والإناث داخل الأسرة، لم يكن للتعليم أثر سوى أن الزوج يأخذ رأي زوجته الجامعية في بعض المشكلات التي تواجهه في العمل، إلا أنه بصفة عامة فإن سن الزوجة وعدد سنوات الزواج ووضعها كحماة لابنة أو ابن، كل ذلك له تأثيره على وضعها داخل الأسرة؛ بغض النظر عن معيار التعليم.

٦- البعد الاجتماعي للأسرة:

كشفت الدراسة في الزرابي عن وجود ارتباط بين تعليم الأم وتعلم المبحوثات وحصولهن على الشهادات الجامعية أو المتوسطة، في حين أن المبحوثات الأميات كلهن كانت أمهاتهن أميات وهو ما يعطي مؤشرا على أن الأم المتعلمة تحرص على تعليم ابنتها، أما في قرية كمشيش فلم يتضح هذا الارتباط حيث إن كافة أمهات المبحوثات (أميات ومتعلمات) هن من الأميات، وقد شهدت القرية المصرية تطورا كبيرا إزاء بروز قيمة تعليم الفتاة؛ حيث كانت غالبية أمهات المبحوثات يرين أن التعليم مهم للابن الذكر فقط وربطت بعضهن بين تعليم الفتاة وتوفير الإمكانيات الاقتصادية في حين أن كافة المبحوثات قد اتفقن على ضرورة تعليم الفتاة، وبالفعل فإنهن جميعا قد ألحقن بناتهن بالمدارس.

ثالثًا: تأثير متغير العمل في تنمية المرأة الريفية:

١- المحور الثقافي والإعلامي:

- كشفت الدراسة في قريتي الزرابى وكمشيش عن عدم وجود ارتباط بين خروج المرأة للعمل وبين الانتظام في قراءة الصحف، وإن كان يتضح أن نوعية العمل الذي تمارسه المرأة قد يؤثر في الإقبال على قراءة الصحف خاصة ممن يعملان في مهنة التدريس والتي تحتاج منهن لمتابعة الأحداث، فضلاً عن توفير صحف بالمجان في المدارس مما يسهل عملية الحصول عليها، خاصة وأن كلا من الزرابى وكمشيش تخلوان من منفذ لبيع الصحف.
- أوضحت الدراسة أيضا وجود ارتباط ما بين خروج المرأة للعمل وبين فترات الاستماع أو المشاهدة للإذاعة والتليفزيون؛ حيث تتركز في فترتي الصباح الباكر (الراديو) والفترة المسائية بعد انتهائهن من أعمالهن، كما أوضحت الدراسة في القريتين عن عدم وجود ارتباط بين الخروج للعمل ونوعيته وبين تفضيلات المرأة لبرامج إذاعية وتليفزيونية معينة.

٢- المشاركة السياسية:

بينت الدراسة وجود تناقض واضح فيما يتعلق بتأثير العمل على الوعي السياسي والمشاركة السياسية في كل من الزرابى وكمشيش، ففي حين اتضح أن خروج المرأة للعمل في قرية الزرابي يزيد وعيها السياسي وإن كان لم يؤثر في الوقت نفسه في المشاركة السياسية، إلا أنه في حالة المرأة في كمشيش فإن العمل لم يؤثر مطلقًا في وعي المرأة السياسي وبالتالي ليس له أي تأثير في المشاركة السياسية.

٣- مصادر دخل الأسرة ومكانة الزوجة:

أثر عمل المرأة بشكل قوي في مصادر دخل الأسرة في قريتي الزرابى وكمشيش حيـث إن المبحوثـات اللائي يمارسن عملاً خارج المنزل ويحصلان على أجر نظير هذا العمل يشاركن فـي مصـروفات المنـزل وشراء احتياجاتهن الخاصة وبعض حاجات الأبناء:

يلاحظ وجود ارتباط بين عنصر العمل ومكانة الزوجة والبنات داخل الأسرة في قرية الزرابي، حيـث إن المرأة العاملة والتي تساهم بقدر ما في دخل الأسرة لها حرية أكبر في الحركة من المرأة القابعة في المنـزل التي ليس لديها دخل خاص، أما في قرية كمشيش فإن كافة الحالات – باستثناء واحدة – يعملن ولديهن دخـل خاص مما يشير إلى وجود ارتباط بين ممارستهن للعمل وبين المكانة التي يتمتعن بها داخل الأسـرة، أمـا الحالة المستثناة والتي لا تعمل فيلاحظ أنها هي الأخرى لها مكانة كبيرة داخل أسرتها والتي يمكن تعود إلـى كبر سن الزوجة طول فترة الزواج والتي زادت على ٣٣ عاما مما يجعل للزوجة وضعا مميزا لدى الـزوج والأبناء.

الفصل السابع

نتائج التحليل المقارن

بين الريف والحضر

أولاً: خصائص العينة:

- أجريت الدراسة في قرية كمشيش وفي حي مصر القديمة الممثل للحضر على ثماني حالات في كل منهما، في حين تم إجراء الدراسة على عشر سيدات من قرية الزرابي.
- اتفقت أعمار السيدات في كمشيش والزرابي حيث تراوحت في كمشيش ما بين ٣٥ عاما و ٥٠ عاما. أما في قرية الزرابى فقد تراوحت أعمارهن بين ٢٣ عاما و ٥٧ عاما ومن ثم فإن النساء في القريتين مثلن سن الشباب والنضج. أما في مصر القديمة فقد تراوحت أعمار السيدات التي أجريت عليهن دراسة الحالة بين ٢٣ عاما و ٦٠ عاما.
- اختلفت أوضاع المبحوثات في القريتين الزرابي وكمشيش من الناحية التعليمية حيث اختير خمس سيدات أميات وثلاث حاصلات على مؤهلات متوسطة في قرية كمشيش، أما في قرية الزرابي فقد اختير ثلاث أميات وثلاث حاصلات على شهادة محو الأمية مما يتيح لها معرفة القراءة والكتابة. أما في الحضر الممثل في حي مصر القديمة فقد اختيرت العينة على أساس أربع سيدات أميات اثنان حاصلات على شهادات متوسطة واثنان حاصلات على مؤهل جامعي.
- تتضح قسوة التقاليد الاجتماعية في قرية الزرابي والتي تعوق خروج المرأة للعمل وذلك بالمقارنة بقرية كمشيش خاصة بين النساء المتقدمات في السن. حيث اتضح أن نصف عدد السيدات المبحوثات في قرية الزرابى لا يمارسن أعمالاً خارج المنزل، في حين لا توجد سوى سيدة واحدة بين المبحوثات في قرية كمشيش لا تخرج للعمل خارج منزلها. أما في حي مصر القديمة فجاءت خمس حالات يعملن خارج المنزل في مهن مختلفة منها مراقبة حسابات بإحدى البنوك، ومدرسة في المرحلة الإعدادية، ومربية أطفال في إحدى الملاجئ، وخادمة، وبائعة قماش، أما السيدات اللائي لا يعملن فيرجع ذلك إلى مرض إحداهن؛ مما يجعلها عاجزة عن الحركة، أما الثانية فرغم حصولها على شهادة متوسطة إلا أنها عجزت عن الحصول على وظيفة مناسبة، أما في الحالة الأخيرة فيرجع عزوفها عن العمل إلى رعاية الزوج والأولاد رغم حصولها على شهادة متوسطة هي الأخرى.
- تختلف نوعية العمل الذي تمارسه النساء في كل من الريف والحضر حيث تركز في كمشيش والزرابي في زراعة الأرض وفي التجارة وفي التدريس، نجد في الحضر قد تنوع ليشمل العمل في القطاع الحكومي المنتظم خاصة بين المتعلمات، أما غير المتعلمات فيعملن في قطاع غير رسمي بما يحوطه من إشكاليات تتعلق بأوضاع العمل وظروفه والافتقاد إلى الضمانات الحقيقية لعلاقات عمل مستمرة.
- اختلفت العينة من حيث الحالة الاجتماعية للمبحوثات، فنجد تنوعها في الزرابى وحي مصر القديمة ما بين زوجات وآنسات وأرامل في حين جاءت كافة الحالات المدروسة في كمشيش من بين المتزوجات.

- برز تأثير العادات الاجتماعية في القريتين (قبلي وبحري) على الاستقلالية في المسكن؛ ففي قرى الصعيد ما زال النمط الغالب هو المعيشة داخل الأسر الكبيرة حيث وجد أن ثلاثة فقط من المبحوثات يتمتعن بسكن مستقل أما الباقيات فيعشن إما مع أهل الزوج أو مع الأبناء المتزوجين فضلاً عن وجود ثلاث حالات غير متزوجات يقمن بالضرورة مع الأهل، في حين أن من بين الحالات الثمانية المدروسة في قرية كمشيش يقمن في سكن خاص بهن. بالطبع نجد أن الاستقلالية في المسكن بالنسبة للمرأة الحضرية تعد أحد سماتها الأساسية حيث تكاد تختفي صورة الأسرة الكبيرة التي تضم عدة أجيال من على الخريطة الاجتماعية للمدينة.

ثانيا: تحليل البيانات الخاصة بالمستوى الاجتماعي والاقتصادي في الأسرة:

كشفت الدراسة عن الاتفاق بين نساء الريف والحضر فيما يتعلق بإعلاء قيمة التعليم يتساوى في ذلك الذكور والإناث، فالتعليم وسيلة للخروج عن دائرة العوز الاقتصادي، كما أنه أحد أهم مقومات التنوير وتحسين البيئة الاجتماعية. كما اتضح أن الحرص على تعليم الأبناء لا يرتبط بشكل جوهري بتعليم الأب أو تعليم الأم. فالتعليم أصبح قيمة هامة في حياة الأسر الريفية والحضرية سواء أكانوا أميين أم متعلمين، ومن ثم فقد أكدت الدراسة أنه لا يوجد ارتباط بين المستوى الاقتصادي للأسرة وبين حرص الأم الأمية على أن تستكمل ابنتها المراحل التعليمية المختلفة حتى تنتهي من المراحل الجامعية، فالأم الأمية ذات الدخل المنخفض سواء في الريف أو في الحضر ترى أنه يكفي أن يصل الأبناء (خاصة البنات) إلى مرحلة التعليم المتوسط والتي تنتهي بالحصول على شهادة متوسطة حيث تشكل الدراسة الجامعية عبئًا ماديا ترى إنها لن تستطيع أن تتحمله.

كشفت الدراسة أن العامل الأساسي في الارتفاع النسب في المستوى الاقتصادي لبعض الأسر المدروسة في قرية كمشيش يرجع في الأساس إلى عمل الزوج أو الابن في إحدى الدول العربية، وقد ظهر هذا واضحا في حالة المسكن وما به من أدوات كهربائية معمرة، كما أن امتلاك الأسرة لأرض زراعية وفر لها مستوى ماديا معقولا وذلك بالمقارنة بالأسر الأخرى التي لا تمتلك حيازة الأرض الزراعية في المقام الأول، ثم العمل في التجارة وبينت الدراسة عن اهتمام عدة أسر في الريف بحيازة الأجهزة المعمرة والتي كانت قلما تتواجد في الريف المصري، فضلاً عن الثلاجة والتليفزيون والغسالة وظهرت المكنسة الكهربائية والخلاط والبوتاجاز والمروحة وغيرها؛ مما يعكس تأثير الهجرة المؤقت للعمل في البلدان العربية وهو ما كان أكثر وضوحا في قرية كمشيش أو في حي مصر القديمة والذي يمثل عينة الحضر، فقد لوحظ أن العمل خاصة الرسمي منه هو المصدر الأساسي للدخل حيث إن غالبية الأسر لا تمتلك أي حيازة خاصة سوى أراض زراعية أو عقارات.. كما لوحظ أنه على الرغم من تدني مستوى معيشة عديد من الأسر الريفية في الريف المصري إلا أن قيمة التضامن الاجتماعي في القرية تحول دون معايشة الفقر بنفس المعاناة التي تعيشها الأسر الفقيرة في المدينة، كما اتضح في الحالات المدروسة.. كما لوحظ احترام الزوج والمحافظة على القيم التقليدية للأسرة المصرية ما زال ثابتًا في الريف بالمقارنة بالمدينة؛ حيث تعرفنا على بعض الحالات في

المدينة التي تتعرض فيها الزوجة للمعاملة المتدنية من الزوج أو الأخ سواء بالضرب أو السب، في حين أن هذه الصورة أصبحت شبه منعدمة في القرية حيث تسود علاقة زوجية يغلب عليها الاحترام المتبادل في ضوء تحديد الأدوار وتقبل كل طرف للحدود التي يفرضها هذا الدور.

ثالثًا: الجوانب الإعلامية والثقافية:

كشفت دراسة الحالة في قريتي كمشيش والزرابي عن تدني نسبة قراءة الصحف بين السيدات، واتفقت القريتان في الأسباب المؤدية إلى ذلك، ومن أهمها: الأمية، وعدم وجود منافذ لبيع الصحف في القريتين فضلاً عن تأثير المستوى الاقتصادي والذي يجعل من شراء الصحيفة عبئًا ماديا قد لا يقدر عليه الكثيرون. أما في مصر القديمة فقد لوحظ أن كافة المتعلمات سواء أكان تعليما متوسطًا أم تعليما جامعيا يحرصن على شراء أكثر من صحيفة، كما يقبلن على قراءة المجلات.. وعلى الرغم من وجود إحدى الحالات بينهن تعاني من ظروف مادية قاسية إلا أنها تداوم على قراءة الصحف بصورة منتظمة عند إحدى قريباتها. مما يؤكد ازدياد الوعي بأهمية القراء في المدينة أكثر منه في الريف وساعد على ذلك بالطبع سهولة الحصول على الصحيفة حيث تتعدد منافذ البيع.

كشفت الدراسة عن وجود اختلاف بين القرية والمدينة فيما يتعلق بتأثير التعليم على تفضيلات القراءة بين المبحوثات المتعلمات، حيث احتلت جريدة "الأخبار" الترتيب الأول بين الحاصلات على الشهادات المتوسطة وأقل في كمشيش والزرابى وجاءت "الأهرام" الصحيفة الأولى المفضلة لدى الحاصلات على شهادات جامعية عليا. إلا أن هذه التفضيلات لم ترتبط بمستوى التعليم في المدينة، حيث لوحظ أن الحاصلات على شهادات متوسطة بين الحالات المدروسة في مصر القديمة يحرصن على قراءة "الأهرام" بنفس الدرجة التي تحرص بها الحاصلات على شهادات جامعية، مما يجعل "الأهرام" هي الصحيفة المفضلة لدى عينة من المتعلمات في المدينة.

أثبتت الدراسة في القريتين تأثير مستوى التعليم على نوعية الموضوعات المقروءة. فجاءت الموضوعات الخفيفة مثل: الفن والحوادث والموضوعات ذات الصبغة الاجتماعية في مقدمة المواد المفضل قراءتها بين المبحوثات الحاصلات على شهادات متوسطة، في حين أن الحاصلات على شهادات جامعية يفضلن قراءة الموضوعات السياسية والثقافية، أما بالنسبة للمدينة فيلاحظ انتفاء هذا الارتباط بين نوعية التعليم والموضوعات المقروءة حيث أكدت جميع المتعلمات على تفضيل قراءة الأخبار السياسية في الصفحة الأولى في جريدة الأهرام، والاهتمام بقراءة القضايا التي تهم المرأة، فضلاً عن قراءة الحوادث والموضوعات الصحية خاصة ما يتعلق منها بالأطفال وكيفية العناية الصحية بهم، فضلاً عن باب عبد الوهاب مطاوع في الأهرام الذي يتعرض للمشكلات الاجتماعية، وهكذا اتضح عدم وجود دلالة بين المواد المقروءة وبين مستوى التعليم في العينة الممثلة لحي مصر القديمة.

كشفت الدراسة عن زيادة إقبال المرأة في المدينة على متابعة المجلات سواء أكانت عامة أم متخصصة؛ حيث جاءت مجلة "الشباب" في الترتيب الأول، ثم "حواء" و"حريتي" كما أكدت المتعلمات في حي مصر القديمة على حرصهن على متابعة عروض الأزياء التي تأتي في "حواء" و"نصف الدنيا". وهو ما لا تهتم به إطلاقًا المرأة الريفية، حيث إن مثل هذه الأزياء وإن كان بعضها يصلح للمرأة في المدينة إلا أنه لا يناسب المرأة الريفية على الإطلاق.

يلاحظ أيضا وجود اختلاف واضح بين عينة القرى وعينة الحضر فيما يتعلق باتجاهاتهم نحو الموضوعات والصفحات الموجهة للمرأة في الصحف المصرية فبينما اتفقت المبحوثات في كمشيش والزرابي على رفضهن لما يعرض في هذه الصفحات وعدم اهتمامهن بقراءتها نجد أن المرأة في المدينة - كما أثبتت الدراسة - تحرص على متابعتها حيث يرين أن هذه الصفحات تناقش كثيرا من الموضوعات التي تهم المرأة وترفع من مستوى وعيها بعدة قضايا، كما أنها تساعدها في حل عديد من المشكلات التي تواجهها، ذلك على الرغم من تأكيدهن على أن هذه الصفحات تركز في الغالب على قضايا المرأة في الأحياء الفقيرة.. وبصفة عامة يؤكد اك ما سبق أن كشفت عنه دراسة الحالة في القرى من أن الموضوعات الموجهة للمرأة في الصحافة المصرية تركز على المرأة الحضرية ذات المستوى الثقافي والاجتماعي المرتفع وتغفل مناقشة قضايا وهموم المرأة ويزيد على ذلك قضايا المرأة البسيطة سواء في الريف أو الحضر.

كشفت الدراسة سواء في القرى أو الحضر عن امتلاك كافة الحالات لأجهزة الراديو – باستثناء حالة واحدة في قرية الزرابى – وذلك نتيجة لوضعها الاقتصادي والاجتماعي المتدني.

جاء الاستماع إلى القرآن الكريم في مقدمة المواد الإذاعية التي تفضل المبحوثات في القريتين الاستماع إليها.

اتفقت المبحوثات سواء في الريف أو الحضر على تفضيل برنامج إلى ربات البيوت وإن اختلفن حول بقية البرامج حيث أكدت نساء الريف على متابعة برنامج "على الناصية" وبعض البرامج الصحية، وجاء برنامج "لو كنت مكاني" لضياء الدين بيبرس في مقدمة البرامج المفضلة لدى نساء المدينة، وهو البرنامج الذي يناقش إحدى المشكلات الاجتماعية، خاصة بين النساء، وفي حين أن نشرات الأخبار وغيرها من البرامج السياسية لا تجد إقبالاً من نساء الريف نجد أن العينة الممثلة للحضر تحرص على متابعة نشرات الأخبار للتعرف على أهم الأحداث.

أوضحت الدراسة أنه باستثناء برنامج "ربات البيوت" فإن المبحوثات سواء في الريف أو الحضر لا يتابعن برامج إذاعية أخرى موجهة للمرأة، كما أنهن لا يعلمن موعد إذاعتها.

بينت الدراسة أنه باستثناء ثلاث حالات توجد إحداها في الزرابي والأخرى في كمشيش والأخيرة في مصر القديمة فإن باقي المبحوثات في الريف والحضر يمتلكن أجهزة المبحوثات في الريف والحضر بين النساء العاملات.. أما الحالات التي لا تمارس عملاً خارج المنزل، خاصة في مصر القديمة، فإنهن يحرصن على مشاهدة برنامج "صباح الخير يا مصر" في الفترة الصباحية.

أثبتت الدراسة وجود فروق واضحة بين الريف والمدينة في الاعتماد على وسائل الإعلام فـي الحصـول على المعلومات ومعايشة الأحداث، ففي حي مصر القديمة أكدت المبحوثات خاصة الأميات أنهن يحرصـن على معرفة الأخبار والأحداث المهمة من خلال الاستماع إلى نشرات التليفزيـون. فـي حـين أن غالبيـة المبحوثات في الريف أنكرن اعتمادهن على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات حيث يحتل هذه المكانة الأهل والجيران وهو ما تفتقده الحياة في المدينة والتي يسودها قدر كبير من الفردية والابتعاد عن الأهل والجيران.. ويلاحظ اتفاق كافة المبحوثات في الريف على تفضيلهن مشاهدة الأعمال الدرامية خاصـة الأفـلام العربيـة والمسلسلات التليفزيونية. وقد اتفقت كافة المبحوثات سواء في الريف أو الحضر علـى تفضـيلهن للأفـلام القديمة حيث يسودها طابع الرومانسية كما أنها تعبر عن الحياة الواقعية التي يعيشها الإنسان البسيط فضـلاً عن خلوها من الألفاظ والمشاهد الخارجة التي تجرح أفراد الأسرة وتثير فضول الأبنـاء، أمـا تفضـيلات المسلسلات فقد اختلفت بين الريف والحضر فقد اختارت المبحوثات في كمشيش والزرابى "العائلة" و"ذئـاب الجبل" كأفضل أعمال؛ لما يثيره الأول من خطورة الإرهاب ولما يتعرض له الثاني من مشكلات اجتماعيـة تسود في الريف المصري خاصة في الصعيد، أما في المدينة فقد جاءت مسلسلات "ليالي الحلميـة" و"المـال والبنون" و"الفرسان" كأفضل أعمال تليفزيونية فضلاً عن اختيار البعض لمسلسل "ذئاب الجبل".

أكدت غالبية المبحوثات في الزرابى وكمشيش رفضهن لما يقدم في البـرامج المخصصـة للمـرأة فـي التليفزيون حيث إن ما يعرض فيها من فنون الديكور والإتيكيت والأزياء والطعام لا يتلاءم مـع عـاداتهم أو مستوياتهم الاقتصادية.. إلا أن قلة من المبحوثات خاصة في الزرابى ذكرن أنهن يستفدن مـن بعـض هـذه البرامج خاصة ما يتعلق بتربية الأبناء والتفصيل(*). أما المرأة في الحضر فيلاحظ أنهن أكثر متابعة لبـرامج المرأة.

يلاحظ أن برنامج "كلام من دهب" يحتل مكانة كبيرة لدى المرأة في الحضر خاصة في المستويات المتدنية اقتصاديا واجتماعيا لما يمثله لديهن من أمل في وصول البرنامج إليهم وتقديم مساعدات مادية لهن. كما لوحظ أن المرأة ذات المستوى الاجتماعي والاقتصادي المتوسط تحرص على متابعة برنـامج "حيـاتي"(**) حيـث يعطي المرأة دروسا وخبرات جديدة في التعامل مع المشاكل التي تواجهها المرأة.. وهو ما يعطـي انطباعـا للباحثة بأن المرأة في المدينة أقل إحساسا بالأمان في علاقتها بزوجها من المرأة الريفية، يتضح ذلك بدرجـة أو بأخرى بحرصهن على متابعة البرامج الإذاعية أو التليفزيونية التي تتعرض للمشكلات المتعلقـة بخيانـة الزوج أو غدره أو الطلاق وغيرها. وهي من الموضوعات التي لوحظ تجاهل المرأة الريفية لها تماما.

(*) تعمل المبحوثة بالخياطة.

(**) يعرض البرنامج مشكلة - في الغالب - لامرأة تتعرض لمشكلات اجتماعية خاصة بالزواج أو حضانة الأطفال.

أوضحت الدراسة اتفاق غالبية المبحوثات في الريف والحضر على رفضهن لمـا يقـدم مـن إعلانـات تليفزيونية لما تسببه من تضييع للوقت، كما أنها تسبب مشاكل مع الأولاد إما بسبب تقليد الإعلانات أو بسبب مطالبتهم لأسرهم بشراء بعض ما يعلن عنه، وإن كان يلاحظ أن نساء الحضر خاصة في الأوسـاط الفقيـرة يحرصن على متابعة الإعلانات التي تقدم جوائز (***)

بصفة عامة اتفقت المبحوثات في أن التليفزيون لا يعبر عن المرأة الفقيرة وإنه يتوجه للنساء من الطبقات المتوسطة والغنية.

(***) إعلانات "إيريال".

المقارنة بين نتائج المستوى التحليلي الثاني
بين الريف والحضر

أولاً: تأثير وسائل الإعلام في تنمية المرأة في الريف والحضر:

١- الصحف:

أثبتت دراسة الحالة الاتفاق في عدد قارئات الصحف في كمشيش والزرابي والذي لم يزد عن اثنتين في كل منهما وذلك على الرغم من الاختلاف في المستوى التعليمي للعينة في كل قرية. أما في الحضر فإن كافة المتعلمات في العينة يقرأن الصحف بانتظام وهو ما يعكس اهتمام المرأة في المدينة بالصحيفة كوسيلة هامة للحصول على المعلومات وذلك بالمقارنة بالريف.

كما لوحظ ارتباط المستوى التعليمي بقراءة صحيفة معينة فالحاصلات على شهادات متوسطة في القريتين يفضلن جريدة "الأخبار" والتي تصنف ضمن الصحف الشعبية، أما الحاصلات على مؤهلات عليا فيقبلن على قراءة "الأهرام"، الجريدة التي تتسم بالمحافظة، في حين أن متغير التعليم لم يكن له تأثير على نوعية الصحيفة المفضلة لدى عينة الحضر. كما أنه يلاحظ أن إقبال المبحوثات في القريتين على قراءة الموضوعات الخفيفة وعدم التعرض للموضوعات السياسية أو الثقافية الجادة كان له تأثيره الواضح في انعدام الوعي السياسي بين غالبية المبحوثات القارئات للصحف، مما يؤكد أن متغير قراءة الصحف ليس هو العامل الوحيد المؤثر في ازدياد المعارف السياسية ودعم المشاركة السياسية حيث يبرز في هذا المجال نوعية الموضوعات المقروءة لتشكل أهمية في قيام الصحافة بدورها في تنمية المرأة الريفية ويتضح هذا في عدم التعرف على الأحزاب السياسية(*)، وإحجامهن التام عن المشاركة السياسية في أية عمليات انتخابية فضلا عن إيمانهن بعجز المرأة عن الوصول إلى المناصب القيادية، إما نتيجة للقيود والضغوط التي يمارسها المجتمع ضد المرأة وإما نتيجة عدم صلاحية المرأة من الأساس لتولي مثل هذه المناصب. أما النساء في الحضر القارئات للصحف فيلاحظ أنه على الرغم من عدم إقبالهن على المشاركة السياسية والتصويت في الانتخابات إلا أن ذلك يأتي نتيجة رفض واعٍ لما أسموه المهازل الانتخابية والتزوير الذي يسود العمليات الانتخابية. كما أنه يلاحظ أن نساء الحضر أكثر إيمانًا بقدرات المرأة في الوصول إلى أعلى المناصب وتأكيدهن على أنهن يتمنين وجود امرأة مرشحة للانتخاب في المجالس النيابي لإعطائها أصواتهم لأنها الأقدر على فهم مشاكلهن.. وإن كان يلاحظ أن متغير قراءة الصحف ليس هو السبب في الوصول إلى هذه القناعة حيث تشارك عديد من الأميات في هذا الرأي.

(*) باستثناء مبحوثة واحدة في قرية "الزرابى" وذلك لنشاط زوجها السياسي ومزاولته العمل الحزبي من خلال انضمامه لحزب الأغلبية (الحزب الوطني الديمقراطي).

أثبتت الدراسة في كمشيش والزرابي عن وجود ارتباط ما بين قراءة الصحف والوعي بقضايا الأسرة والقرية والمجتمع حيث جاءت قضايا الإرهاب والغلاء والفقر والبطالة لتمثل أهم المشكلات التي تواجه أسر المبحوثات فضلاً عن تأثيرها على القرية والمجتمع ككل. إلا أننا نلاحظ أن قضية إدمان الشباب للمخدرات تأتي في مقدمة قضايا المجتمع التي ترى المرأة في المدينة أنها تؤثر على أسرتها وعلى المجتمع ككل، فضلاً عن مشكلات الإرهاب والغلاء والبطالة والأمية، وهو ما يعكس أن قضية مثل الإدمان تتواجد في المدينة وتثير خوف النساء على أبنائهن في حين أنها تختفي من خريطة القرية المصرية التي مازالت تتمسك بعديد من القيم والتي تحول دون انحراف الشباب إلى حد ما خاصة فيما يتعلق بإدمان المخدرات. كما أنه يلاحظ أن أبرز مشكلات الحي في الحضر تتركز في العلاقات السيئة بين الجيران والمشاحنات والعنف الذي يسود علاقات الجيرة في حين أن القرية المصرية تتسم بعلاقات جوار يسودها الود والاحترام والمجاملات.

إلا أنه بصفة عامة لا نستطيع أن نجزم بأن قراءة الصحف خاصة في قرية كمشيش - في ضوء الموضوعات التي تقرؤها العينة - هي العامل الحاسم في الوصول إلى الوعي بقضايا القرية والمجتمع المختلفة خاصة وأن معظم هذه المشاكل المطروحة سابقًا هي مشكلات معاشة يعاني منها غالبية أفراد الشعب المصري سواء أكانوا قارئين للصحف أم غير قارئين؛ مما لا يعطي دلالات واضحة على تأثير قراءة الصحف.

كشفت الدراسة أن قراءة الصحف ليس لها تأثير محدد على تبني قيم اجتماعية مواتية لتنمية أو لتحسين وضع المرأة داخل الأسرة وفي المجتمع، خاصة في الريف المصري، فما زال النسق القيمي في القريتين المبحوثتين (كمشيش والزرابي) في علاقته بالمرأة يفرض نوعية من القيم التي يقابل الخروج عليها بالازدراء والرفض من جانب المرأة نفسها، ذلك على الرغم من الاختلاف الحضاري بين القريتين والتي تمثل إحداها الوجه البحري وتمثل الأخرى الوجه القبلي والأكثر تشددا وتزمتًا في التعامل مع المرأة، أما المرأة في الحضر فيلاحظ أنها أكثر انفتاحا وأكثر قدرة على التعامل مع الواقع المجتمعي الذي تعيشه والذي يوفر لها فرصة أفضل لتنمية قدراتها من خلال تغيير كثير من القيم التي تعوق حركة المرأة خاصة بالنسبة لقيمة العمل والمشاركة. وإن كان من الصعب الربط بين ذلك التغيير وبين قراءة الصحف.

كشفت الدراسة عن وجود ارتباط بين قراءة الصحف وطبيعة العمل الذي تمارسه المرأة، إلا أن هذا الارتباط لم يتضح إلا في قرية كمشيش؛ حيث ساعد سهولة حصول المرأة على الصحيفة وبالمجان - في مكان عملها - على قراءتها.

٣- الراديو والتليفزيون:

كشفت الدراسة عن وجود اختلاف واضح بين القريتين في ضوء العينة المبحوثة فيما يتعلق بتأثير الإذاعة والتليفزيون على تنمية الوعي السياسي بين المبحوثات. ففي حين أثرت متابعة الراديو والتليفزيون على درجة الوعي بالحياة السياسية بين المبحوثات في قرية الزرابي، نجد أن المرأة في كمشيش لم يكن للإذاعة والتليفزيون هذا التأثير عليها، فالأمية السياسية التي تعاني منها إنما ترجع إلى طبيعة البرامج المفضلة لدى المرأة في تلك القرية والتي يغلب عليها الموضوعات الاجتماعية والصحية وأشكال الدراما المختلفة مع إهمال

متابعة البرامج الإخبارية والسياسية. أما المرأة في الحضر فيلاحظ أن اهتمام أفراد العينة في غالبيتهم بمتابعة النشرات وبعض البرامج الثقافية قد أثر في وعيهم السياسي إلى درجة كبيرة.

اتضح من الدراسة وجود تأثير إيجابي لمتابعة المرأة للمسلسلات الدرامية في الريف والحضر في تبنـي قـيم اجتماعية ايجابية والتي تسهم بدرجة ما في تغيير كثير من الأفكار السائدة حول وضع المرأة ومكانتها في الأسرة، وأهمها: التأكيد على أهمية عمل المرأة، وضرورة تعليم الفتاة، وحقها في اختيار زوجها، واحترام الزوج الـذي يساعد زوجته في أعمال المنزل وشراء احتياجاته، ومن ثم نستطيع أن نقول إن الإذاعة والتليفزيون قد ساهما في التأثير بدرجة كبيرة في التنمية الاجتماعية للمرأة خاصة الريفية والمرأة البسيطة في الأحياء الشعبية.

كشفت الدراسة عن وجود ارتباط بين التعرض لوسائل الإعلام والوعي بقضايا الأسرة والقرية والمجتمـع وعلى الأخص تأثير المسلسلات، فيلاحظ على سبيل المثال أن الوعي بخطورة الإرهاب قد ارتـبط بدرجـة كبيرة واضحة بمشاهدة مسلسل "العائلة" كما أن المبحوثات طرحن من الحلول لمعالجة المشكلة بما يتفق مـع الطرح الذي قدمه المسلسل.

ثانيا: تأثير متغير التعليم في تنمية المرأة في الريف والحضر:

١- المحور الثقافي والإعلامي:

اتفقت القريتان في عدم وجود ارتباط بين التعليم وقراءة الصحف؛ حيث كشفت الدراسة أنه لا توجد سوى مبحوثة واحدة من بين المتعلمات في كمشيش والزرابي منتظمة في قراءة الصحف، أمـا بـاقي المبحوثـات فيقرأن الصحف بالمصادفة أو لا يقرأن الصحف مطلقًا. أما في الحضر فقد أوضحت الدراسة وجود ارتبـاط قوى بين التعليم وقراءة الصحف؛ حيث إن كافة المتعلمات في العينة المدروسة قارئات منتظمـات للصـحف سواء أكن حاصلات على شهادات متوسطة أم شهادات جامعية عليا، بل وقد أوضحت الدراسة أن إحداهن - ونتيجة لظروفها الاقتصادية - لا تستطيع شراء الصحيفة، إلا أن ذلك لم يمنعها من الحـرص علـى قـراءة الصحف بشكل منتظم عند إحدى قريباتها.

أثبتت الدراسة أن متغير التعليم قد أثر إلى حد ما على نوعية البرامج المفضلة في الإذاعـة والتليفزيـون سواء في الريف أو في الحضر؛ حيث تشاهد المتعلمات في قرية كمشيش البرامج الصحية والتي تقـدم لهـن التوعية الصحية وتنمي فيهم العادات الصحية السليمة، في حين أن الأميات لا يعنـين بمثـل تلـك البـرامج الثقافية، وإن كان يلاحظ أن متغير التعليم لم يؤثر في خصوصية المرأة الريفية سواء أكانت متعلمة أم أميـة، أما المتعلمات في قرية الزرابى فقد أكدن أنهن يستفدن من هذه البرامج خاصة فيما يتعلق بتربية أبنائهن وفي الأزياء والتطريز ومناقشة مشكلات المرأة العاملة، في حين أن المبحوثات الأميات – باستثناء واحدة – قـد أكدن عدم استفادتهن من تلك البرامج، أما المرأة المتعلمة في الحضر فهي أكثر حرصا على متابعة الطعـام والحلويات، وإن كنا نلاحظ أن الأميات والمتعلمات حريصات على متابعة البرامج الإخبارية في التليفزيـون، ورغم متابعة المتعلمات لبرامج المرأة إلا أن لديهن ملاحظات عديدة عليها، منها أن تلك البـرامج لا تهـتم بالمرأة الفقيرة وأنها تركز على الاهتمامات التقليدية للمرأة.

٢- المشاركة السياسية:

كشفت الدراسة عن فروق واضحة بين القريتين (كمشيش والزرابي) فيما يتعلق بتأثير متغير التعليم على الوعي السياسي حيث اتضح عدم وجود ارتباط بين التعلم والوعي السياسي في قرية كمشيش، فقد اتفقت المتعلمات مع الأميات في عدم التعرف على الأحزاب السياسية، كما اتضح ارتباط مستوى التعليم بدرجة الوعي السياسي، فالمبحوثات الجامعيات كن أكثر إدراكًا للأوضاع السياسية من الحاصلات على مؤهلات، كما أثر عامل التعليم على اتجاهات المبحوثات نحو المرشحين حيث أكدت المتعلمات ضرورة اختيار المرشح الأصلح بغض النظر عن العصبيات العائلية أو القروية، أما المبحوثات الأميات فقد تغلب لديهن التحيز للمرشحين من أبناء القرية، إلا أن متغير التعليم لم يؤثر في المشاركة السياسية، فقد اتفقت كافة المبحوثات في قرية الزرابى على أنهن لا يشاركن في العملية الانتخابية سواء أكن متعلمات أم أميات، أما في الحضر فيلاحظ أن التعليم له تأثير كبير في الوعي السياسي وأيضا في الموقف من المشاركة السياسية حيث ثبت أن عدم إسهامهن في النشاط الانتخابي إنما ينتج عن موقف واعٍ رافض للمهازل الانتخابية (كما أطلقوا عليها)، كما يلاحظ أن المتعلمات كن أكثر إيمانًا بقدرات واعية للوصول إلى أعلى المناصب، كما أعلن أنهن يفضلن اختيار امرأة نائبة عنهن لأنها أكثر قدرة على التعبير عنهن.

٣- الوعي بقضايا الأسرة والمجتمع:

اتضح تأثير التعليم على الوعي بقضايا المجتمع والقرية في كل من الزرابي وكمشيش حيث اتفقت المبحوثات المتعلمات في تحديد أولويات القضايا التي تشغل القرية والمجتمع، مثل: الفقر والغلاء والإرهاب والبطالة والأمية وزيادة السكن، وإن برز اختلاف بين المبحوثات في القريتين فيما يتعلق بالوعي بقضايا الأسرة، ففي حين ركزت المتعلمات في الزرابي على قضايا لها صبغة عامة، مثل: الغلاء والبطالة، نجد أن المتعلمات في قرية كمشيش كن أكثر انغماسا في المشكلات الشخصية، مثل: ضيق السكن والخلافات العائلية، أما الأميات فلم تنفصم مشكلاتهن الأسرية عن مشكلات القرية والمجتمع خاصة الغلاء والبطالة. أما في الحضر فيلاحظ تأثير التعليم على طبيعة المشكلات الأسرية التي تعاني منها المرأة حيث جاءت الضغوط النفسية والعنف الأسرى في مقدمة المشكلات التي تعاني منها المرأة المتعلمة، ثم الغلاء في حين أن المرأة الأمية كان تركيزها على مشكلات الغلاء والبطالة والمرض؛ حيث إن للتعليم تأثيرا آخر هو رفع المستوى الاقتصادي؛ مما يجعل مشكلة الغلاء والبطالة تأتي في مستوى أقل أهمية بالنسبة للمتعلمات وذلك بالمقارنة بالأميات، أما مشكلات مصر فقد ركزت المتعلمات على البطالة والإدمان والإرهاب، في حين ركزت الأميات على مشكلة الفقر والغلاء والبطالة، مما يعني أن مشكلات المرأة الأمية في الحضر مثلها مثل المرأة الريفية لا تخرج عن المشكلات التي يعاني منها المجتمع ككل خاصة الفقر والبطالة والغلاء.

٤- القيم والعادات الاجتماعية:

كشفت الدراسة في كمشيش والزرابي عن عدم وجود ارتباط بين التعليم وتغيير القيم الاجتماعية السائدة خاصة ما يتعلق منها بالوضع المميز للزوج، هذا الوضع الذي تدعمه المرأة نفسها وتحرص عليه، وإن كان اتضح أن للتعليم تأثيرا في قيم وعادات أخرى من أهمها تعليم الفتاة؛ حيث كانت المتعلمات في قرية كمشيش أكثر حرصا في تأكيد أهمية تعليم الفتاة والذي يأتي قبل الزواج وعلى المساواة بين الولد والبنت في المعاملة والتعليم، أما المتعلمات في قرية الزرابي فقد أكدن على ضرورة أن تختار الفتاة زوجها دون ضغوط وهو ما يمثل تغييرا كبيرا في خريطة النسق القيمي في صعيد مصر.

أما المرأة في الحضر فيلاحظ أن المتعلمات والأميات (باستثناء اثنتين) فقد أكدن على أن تعليم الفتاة يجب أن يسبق الزواج؛ مما يعني أن التعليم لم يكن هو المؤثر في إيمان المرأة في الحضر بضرورة تعليم الفتاة، وإن كان يلاحظ تأثير التعليم على الإيمان بعمل المرأة، فبينما ربطت المرأة الأمية عمل المرأة بتحسين دخلها والمساهمة في رفع مستوى الأسرة نجد أن المرأة المتعلمة نظرت إلى العمل باعتباره وسيلة لتحقيق الذات واكتساب الاستقلالية والمكانة، وقد اتضحت هذه النتيجة نفسها في قرية الزرابى حيث أشارت كافة المبحوثات الجامعيات إلى ضرورة عمل المرأة بغض النظر عن وضع الزوج المادي.. أما في قرية كمشيش فلم تختلف النتائج حيث كان عمل المرأة بالنسبة للأمية وسيلة لتحسين الأوضاع المادية للأسرة، في حين أن المتعلمات نظرن على عمل المرأة باعتباره وسيلة لتحقيق الذات والشعور بالمسئولية.

٥- مكانة المرأة والإناث داخل الأسرة:

كشفت الدراسة عن وجود ارتباط ذي دلالة بين التعليم ووضع المرأة داخل الأسرة في الحضر؛ حيث تتعرض المرأة المتعلمة لمعاملة كريمة سواء من الأب أو الزوج باستثناء حالة واحدة(*) في حين لاحظنا أن معظم الأميات تسوء العلاقة بينهن وبين الزوج، وتكون علاقة متوترة تتعرض أحيانًا فيها الزوجة للضرب أو الإهمال التام من الزوج وترك المنزل وما يصحب ذلك من قيام الزوجة الأمية بالعمل في مهنة طفيلية للإنفاق على المنزل. في حين أن الدراسة في القرى قد بينت عدم وجود ارتباط ذي دلالة بين التعليم ووضع المرأة داخل الأسرة خاصة في قرية كمشيش حيث المرأة (الأمية والمتعلمة) حريتها في الإنفاق داخل الأسرة واتخاذ القرارات الخاصة بتعليم الأبناء وتربيتهم والتشاور معها لحل ما يعترض الزوج من مشكلات تواجه الأسرة، كما أن القيود التي تفرض على الزوجة من قبل الزوج تتم بموافقة الزوجة ورضائها التام سواء أكانت متعلمة أم أمية. أما في قرية الزرابى حيث تؤثر التقاليد العتيقة على مكانة المرأة والإناث داخل الأسرة، لم يكن للتعليم أثر سوى أن الزوج يأخذ رأي زوجته الجامعية في بعض المشكلات التي تواجهه في عمله، إلا أنه بصفة عامة فإن سن الزوجة وعدد سنوات الزواج ووضعها كحماة لابن أو لابنة يؤثر على وضعها داخل الأسرة بغض النظر عن معيار التعليم.

(*) حاصلة على دبلوم متوسط، ولا تعمل، وتعيش مع أخوتها، وتعاني من قسوة الابن الأكبر غير المتعلم الذي يعمل نقاشًا.

إلا أنه بصفة عامة نستطيع القول إن مكانة المرأة الأمية في الريف أكبر من مكانة مثيلتها في الحضر، حيث تسود الريف تقاليد تؤكد النظر إلى المرأة باعتبارها زوجة وأما؛ مما يحتم معاملتها برفق واحترام، وهو ما تفتقده المرأة الأمية تعيش في بيئة شعبية في الحضر.

٦- البعد الاجتماعي للأسرة:

كشفت الدراسة في الزرابى عن وجود ارتباط بين تعليم الأمهات المبحوثات وحصولهن على الشهادات الجامعية أو المتوسطة في حين أن المبحوثات الأميات كلهن كانت أمهاتهن أميات وهو ما يعطي مؤشرا على أن الأم المتعلمة تحرص على تعليم ابنتها. أما في قرية "كمشيش" وفي حي "مصر القديمة" فلم يتضح هذا الارتباط؛ حيث إن أمهات المبحوثات في القرية والحي كن من الأميات. ونستطيع أن نؤكد أن القرية المصرية شهدت تطورا كبيرا إزاء بروز قيمة تعليم الفتاة؛ حيث كانت غالبية أمهات المبحوثات يرين أن التعليم مهم للابن الذكر فقط، وربطت بعضهن بين تعليم الفتاة وتوفر الإمكانيات الاقتصادية في حين أن كافة المبحوثات قد اتفقن على ضرورة تعليم الفتاة، وبالفعل فإنهن جميعا قد ألحقن بناتهن بالمدارس.

ثالثًا: تأثير متغير العمل في تنمية المرأة المصرية:

١- المحور الثقافي والإعلامي.

كشفت الدراسة سواء في الريف أو الحضر عن عدم وجود ارتباط بين خروج المرأة للعمل وبين الانتظام في قراءة الصحف حيث لوحظ أن المرأة المتعلمة العاملة في قريتي الزرابى وكمشيش ليست دائما قارئة منتظمة للصحف. كما لوحظ أن إحدى المبحوثات في حي مصر القديمة لا تعمل ومع ذلك فهي حريصة بدرجة كبيرة على قراءة الصحف رغم ظروفها المادية الصعبة.

وإن كان يتضح أن نوعية العمل الذي تمارسه المرأة قد يؤثر في الإقبال على قراءة الصحف خاصة ممن يعملن في مهنة التدريس والتي تحتاج منهن إلى متابعة للأحداث فضلا عن توفر صحف بالمجان في المدارس؛ مما يسهل عملية الحصول عليها خاصة وإن كلا من قريتي الزرابى وكمشيش تخلوان من منفذ لبيع الصحف.

أوضحت الدراسة أيضا وجود ارتباط ما بين خروج المرأة للعمل وبين فترات الاستماع أو المشاهدة للإذاعة والتليفزيون والتي تتركز في فترتي الصباح الباكر (الراديو) والفترة المسائية (التليفزيون) بعد انتهائهن من أعمالهن، كما أوضحت الدراسة في القريتين عن عدم ارتباط بين الخروج للعمل ونوعيته وبين تفضيلات المرأة لبرامج إذاعية وتليفزيونية معينة.

٣- المشاركة السياسية:

بينت الدراسة وجود تناقض واضح فيما يتعلق بتأثير العمل على الوعي السياسي والمشاركة السياسية في كل من الزرابي وكمشيش، ففي حين أثبتت الدراسة أن خروج المرأة للعمل في قرية الزرابى يزيد وعيها السياسي وإن كان لم يؤثر في الوقت نفسه في المشاركة السياسية، إلا أنه في حالة المرأة في كمشيش فإن العمل لم يؤثر مطلقًا في وعي المرأة السياسي، وبالتالي ليس له أي تأثير في المشاركة السياسية.

أما المرأة في الحضر فيلاحظ أن العمل ليس له تأثير على مشاركتها السياسية، وإن كانت طبيعة العمل نفسه - فضلاً عن التعليم - لها تأثيرها في الوعي السياسي (المدرسة – ومراقبة حسابات في بنك).

٤- مصادر دخل الأسرة ومكانة الزوجة:

أثر عمل المرأة بشكل قوي في مصادر دخل الأسرة في قريتي الزرابي وكمشيش، حيث إن المبحوثات اللائي يمارسن عملاً خارج المنزل ويحصلان على أجر نظير هذا العمل يشاركن في مصروفات المنزل وشراء احتياجاتهن وبعض ما يلزم الأبناء.

أما في الحضر فإن الدراسة كشفت أن ثلاث حالات من بين الخمس اللائي يعملان، يعلْن الأسرة إعالة كاملة إما لوفاة الزوج أو هجره المنزل، والحالتان الأخريان يساعدان الأسرة ماديا في حدود معينة.

يلاحظ وجود ارتباط بين عنصر العمل ومكانة الزوجة والبنات داخل الأسرة في قريتي الزرابى وكمشيش؛ حيث ثبت أن المرأة العاملة في الزرابى والتي تساهم بقدر ما في دخل الأسرة لها حرية أكبر في الحركة من المرأة القابعة في المنزل التي ليس لديها دخل؛ مما يشير إلى وجود ارتباط بين ممارستهن للعمل وبين المكانة التي يتمتعن بها داخل الأسرة، أما الحالة المستثناة والتي لا تعمل فيلاحظ أنها هي الأخرى لها مكانة كبيرة داخل أسرتها والتي يمكن أن تعود إلى كبر سن الزوجة وطول فترة الزواج والتي زادت على ٣٣ عاما مما يجعل للزوجة وضعا مميزا لدى الزوج والأبناء.

أما في حي مصر القديمة الممثل للحضر فلم تكشف الدراسة عن وجود ارتباط ما بين خروج المرأة للعمل وبين تمتعها بمكانة خاصة داخل الأسرة؛ حيث ثبت أن كثيرا من العاملات - خاصة بين الأميات - يعانين من قسوة الزوج وإهماله، في حين أن بعض من لا يعملن يتمتعن بمكانة خاصة لدى الزوج وداخل الأسرة، ومن ثم فإن في الحضر ترتبط مكانة المرأة أكثر بمدى المستوى الاجتماعي للأسرة ودرجة تعليم الزوج أو الأب ووعيه بدور المرأة وأهمية احترامها ودرجة تعليم المرأة نفسها وطبيعة الوظيفة التي تشغلها.. في حين أن العمل - بشكل مجرد - ليس له علاقة مباشرة بمكانة المرأة واحترامها داخل الأسرة.

خاتمة

نتائج الدراسة وتوصياتها

النتائج والاستخلاصات الأساسية للبحث:

من خلال المقارنة بين الصورة الإعلامية التي تعرضها وسائل الإعلام المصرية المقروءة والمسموعة لنساء الحضر والريف والاحتياجات الاتصالية التي عبرت عنها نساء الريف والحضر والتي تجسد أشكال التعامل والعلاقة بين هؤلاء النساء ووسائل الإعلام سلبا وإيجابا في إطار الواقع الفعلي من النواحي الاقتصادية والاجتماعية والثقافية وتأثيره على حجم ونوع المشاركة النسائية في مجالات التعليم والعمل والمشاركة السياسية.

من خلال كل ما سبق يمكن استخلاص مجموعة من النتائج العامة ومجموعة أخرى من النتائج الإمبريقية التي أسفرت عنها الدراسة التحليلية بصورة المرأة في وسائل الإعلام والدراسة الميدانية التي شملت القائمات بالاتصال واتجاهات الجمهور النسائي في قريتين مصريتين (الزرابى – كمشيش)، ومركز حضاري (مصر القديمة) وسيتم عرض النتائج على النحو التالي:

أولا: النتائج العامة:

١- تخلف الإعلام المصري عن مواكبة الإنجازات التي حققتها المرأة على أرض الواقع؛ إذ تشكل المتعلمات نسبة تزيد على ٥٠% من النساء المصريات كما تشكل ما بين ١٠% - ٤٠% من قوة العمل الإنتاجي خصوصا في الريف، كذلك في مجالات الإبداع الفني والأدبي والبحث العلمي. أما في مجال المشاركة السياسية فهناك محاولات دؤوبة من جانب النساء المصريات في الريف والحضر لاستخلاص حقوقهن في مجال الممارسة السياسية، ولا شك أن العقبات التي تصادفهن تشكل جزءا من أزمة الديمقراطية في مصر والعالم العربي ككل.

ويبدو واضحا تقاعس الإعلام العربي عن مساندة المرأة المصرية في المطالبة بحقوقها في المشاركة السياسية، ويبرز ذلك واضحا من خلال تكريسه للتوجهات التقليدية التي تحصر المرأة في أدوارها التقليدية المتوازنة كأم معطاءة وزوجة منقادة وابنة مطيعة ومن خلال تحريضه المستمر لمحاكاة وتقليد النماذج النسائية الأوربية الأمريكية.

٢- التحيز الطبقي والاجتماعي من جانب وسائل الإعلام العربية لنساء المدن على حساب نساء الريف ولصورة المرأة الأنثى الجميلة الأنيقة على حساب الصور الأخرى كمنتجة ومشاركة في التنمية وفي صنع القرار السياسي وكعاملة وأدبية وفنانه وكمواطنه تتساوى مع الرجل في الحقوق والمسئولية، وقد يكون هذا التحيز مفهوما ومبررا إذا افترضنا أن وسائل الإعلام العربية تتوجه أصلاً إلى جمهور تتحدد اهتماماته بدائرة مصالحه، ولكن إذا كانت هذه الوسائل تزعم أنها تحاول شق قنوات إعلامية متنوعة تشمل مختلف القطاعات الجماهيرية؛ لذلك فإنها ملزمة إزاء جمهورها من القراء والمستمعين والمشاهدين في المدن أن تطلعهم على أنماط الحياة ومشاكل وهموم النساء من الطبقات الأخرى وليس من مهام الإعلام المصري تكريس عزلة الطبقات العليا والنخب السياسية والثقافية داخل أبراج عاجية سواء أكانوا رجالاً أم نساء.

٣- سيادة نمط الاتصال الأحادي العلوي في الإعلام النسائي تأكيدا لما هو سائد في الإعلام العربي ككل الذي يتجه من الحكام إلى المحكومين ومن النخبة إلى القاعدة ومن المتعلمين إلى الأميين ومن سكان المدن إلى سكان الريف ويقوم بدور أساسي في عمليات الضبط الاجتماعي وحماية الأوضاع السياسية والاجتماعية القائمة. ومن الواضح أن هذه النظرة تستند إلى فلسفة لا تحترم عقلية الجماهير ولا تحرص على تلبية احتياجاتها الإعلامية والاتصالية. وتعد هذه القضية من أهم التحديات التي تواجه الحكومات العربية في مجال الإعلام والاتصال، وذلك بسبب ارتباطها بالنظرية العامة للسلطة التي تحدد السياسات وتتحكم في الممارسات الإعلامية في الوطن العربي. وغني عن القول أن الإعلام العربي يدين بالتبعية شبه الكاملة للنظريات الغربية في الإعلام مضافًا إليها السمات الخاصة بالواقع الاجتماعي والسياسي في مصر.

ولا شك أن سيادة هذا النمط الاتصالي الأحادي القادم من أعلى والذي يستبعد الحوار والمشاركة الجماهيرية كفيل بأن يفسر لنا أسباب تجاهل وسائل الإعلام العربية للجمهور النسائي كجزء من تجاهل الجمهور العام ومحاولة حصره في دور المتلقي السلبي للرسائل الإعلامية، وهذا يثير بدوره إشكالية الحقوق الاتصالية للجماهير النسائية في مصر والعالم العربي. فالمشاركة النسائية في صنع القرارات الإعلامية الخاصة بالمرأة تكفل تحقيق التفاعل بين القائمين بالاتصال والجمهور النسائي المتلقي بما يضمن لوسائل الإعلام التعرف على جمهورها وخصائصه واحتياجاته الثقافية والاتصالية وبما يساعد في المدى الطويل على كسر احتكار القيادات الإعلامية لسلطة صنع واتخاذ القرارات الإعلامية.

٤- افتقار الإعلاميات العربية إلى الثقافة المجتمعية المعاصرة بصفة عامة وما يتعلق بقضية المرأة بصفة خاصة. ويؤكد ذلك الدراسات التي أجريت عن القائمات بالاتصال والتي أبرزت التناقض الواضح بين صورة المرأة كما تقدمها وسائل الإعلام العربية وبين الصورة المرتسمة في أذهان الإعلاميات اللائي يتولين كتابة ونشر وإذاعة المواد الإعلامية التي تتشكل منها صورة المرأة بسلبياتها وإيجابياتها. ولا شك أن ذلك يرجع إلى مجموعة من الأسباب في مقدمتها الأسلوب الذي يتم به اختيار الجهاز الإعلامي من الصحفيات والإذاعيات المشتغلات في الإعلام النسائي؛ إذ تبين أن ٢٥% فقط يتم اختيارهم بناء على الكفاءة والاهتمام بقضايا المرأة بينما يتم اختيار ٥٠% بناء على الوساطة والعلاقات الشخصية والنسبة الباقية هي ٢٥% يتم فرضهن على صفحات وبرامج المرأة طبقًا لظروف كل وسيلة إعلامية. هذا علاوة على انعدام الفرص للتدريب والاحتكاك بالعالم الخارجي من خلال المؤتمرات وذلك بالنسبة للإعلاميات عموما والصحفيات تحديدا.

٥- تتحكم الانتماءات الفكرية والثقافية للقيادات الإعلامية في الممارسات الإعلامية في مجال إعلام المرأة. وقد لوحظ أن هذه القيادات لا تملك تصورا محددا إزاء قضايا المرأة فضلاً عن تأرجحهم بين الاتجاهات التقليدية السلفية التي تؤمن بالموروثات التاريخية وفكرة النقص الأنثوي وسيطرة النمط الأبوي وبين الاتجاهات المتغربة الوافدة. وقليل منهم يتبنى الاتجاه الاجتماعي المتحرر إزاء

قضية المرأة. وينعكس هذا الخليط الفكري في صورة تناقضات يعاني منها الإعلام النسائي في العالم العربي بصورة ملحوظة وفي مصر على وجه الخصوص.

٦- غياب الجمهور النسائي واحتياجاته عن قائمة الأولويات الإعلامية؛ إذ لوحظ أن الإعلاميات لا يمتلكن أي تصور محدد عن الجمهور النسائي الذي يتوجهن إليه برسائلهن الإعلامية، ويؤكد ذلك ما جاء على لسان القائمات بالاتصال، وكذلك نتائج الدراسات التي أجريت لتحليل المضامين الإعلامية الخاصة بالمرأة؛ إذ أوضحت غياب قطاعات كبيرة من الجمهور النسائي عن دائرة الاهتمام الإعلامي وخصوصا المرأة الريفية والبدوية والمنتمية إلى القطاعات الشعبية. مما يشير إلى الإعلامي وخصوصا المرأة الريفية والبدوية والمنتمية إلى القطاعات الشعبية. مما يشير إلى أن الإعلاميات يتخاطبن فقط مع الفئات النسائية التي تتواجد داخل الدائرة الاجتماعية والطبقية للإعلاميات، وأيضا اللائي تتسلط عليهن أضواء المجتمع في العواصم العربية والمراكز الحضرية، وحتى هؤلاء لم تجر عليهن أية دراسات لتحديد سماتهن وخصائصهن ومشاكلهن الحقيقية. ويرجع ذلك إلى موقف المؤسسات الإعلامية العربية عموما من قضية الجمهور وحقوقه الاتصالية. فلم يحدث أن قامت أي مؤسسة إعلامية بإجراء دراسات للتعرف على الجمهور بصفة عامة وعلى الجمهور النسائي تحديدا. بل يتم ذلك في الأغلب بناء على التخمين والانطباعات الذاتية والتصور الزائف الذي يسود الإعلاميين والذي مفاده أن ما يفكرون فيه يتطابق مع الاحتياجات والقضايا والهموم الحقيقية للجماهير مما يعكس نوعا من الوصاية الفكرية عبر المنظومة، يمارسها الإعلاميون على الجماهير ويترتب عليها حرمان الجماهير من حقوقهم الاتصالية التي نصت عليها المواثيق والدساتير المحلية والعالمية.

النتائج الإمبريقية:

أسفرت المقارنة بين نتائج كل من الدراسة التحليلية لصورة المرأة المصرية في وسائل الإعلام (المقروءة والمرئية والمسموعة) والدراسة الميدانية لاتجاهات ومشكلات القائمات بالاتصال في الإعلام النسائي، واتجاهات الجمهور النسائي في قريتي العينة (الزرابي – كمشيش) المركز الحضاري (مصر القديمة) عن مجموعة من النتائج نجملها على النحو التالي:

أولاً: صورة المرأة الريفية في وسائل الإعلام مقارنة بالواقع الفعلي:

١- اتضح من البحث أن غالبية الحالات – اللائي طبقت عليهن الدراسة في الحضر – يعانين من توتر العلاقات الزوجية وعدم إحساس الزوج بالمسئولية ومعاملته لزوجته معاملة سيئة قد تصل إلى حد الاعتداء عليها بالضرب.

في حين اختفت أو كادت هذه الصورة في الريف حيث تسود علاقات زوجية يغلب عليها الاحترام المتبادل في ضوء تحديد الأدوار والمسئوليات.

٢- كما ظهر اتفاق واضح بين النساء في الريف والحضر في إعلاء قيمة (التعليم لأنه الوسيلة الوحيدة لتحسين أوضاع المجتمع ورفع مستوى معيشة الأسرة، وإن هناك حرصا من الآباء والأمهات على تعليم أبنائهم بصرف النظر عن معاناة الأب أو الأم نفسيهما من الأمية، ولا يوجد ارتباط ذو دلالة بين نسبة التعليم ومستواه وبين حجم الأسرة، وإن كان هناك ارتباط في الوقت نفسه بين انخفاض المستوى الاقتصادي للأسرة ومدى الحرص على مواصلة البنات تعليمهن حتى المرحلة الجامعية، فالأم الأمية ذات الدخل المنخفض – والتي شكلت في عينة البحث بين ٤٥، ٥٠% - في الريف والحضر ترى الاكتفاء بتعليم البنت حتى مرحلة التعليم المتوسط؛ لأن استكمال تعليمها الجامعي يمثل عبئًا ماديا لا تستطيع الأسرة احتماله.

٣- كما اتضح من البحث تدني مستوى معيشة العديد من الأسر الريفية والحضرية، غير أن الإيمان بقيمة (التضامن الاجتماعي) في القرية خفف من الإحساس بوطأة الفقر، وكشف البحث أن الارتفاع النسبي للمستوى الاقتصادي لبعض الأسر المدروسة يرجع إما لسفر الزوج أو الابن للعمل في الخارج (كما في قرية كمشيش) أو لحيازة أراضٍ زراعية (كما في الزرابى).

٤- ورغم الأوضاع المتردية - بنسبة متفاوتة - للنساء في الريف والحضر فإن نتائج هذا البحث قد أكدت أن وسائل الإعلام المصرية ما زالت تهمل الكثير من القضايا المتعلقة بالمرأة المصرية ومحاولة إدماجها في عمليات التنمية في مجتمعها؛ فقد ظهر أن هناك مجموعة من الموضوعات قد أهملت كلية أو تم تناولها بشكل محدود رغم خطورتها وأهميتها، ومنها:

أ- محو أمية المرأة المصرية وخاصة الريفية.

ب- قوانين الأحوال الشخصية وتشريعاتها.

ج- عمل المرأة خارج المنزل ومدى توفير الضمانات الحقيقية لها والمشاكل المترتبة على محاولة المرأة التوفيق بين عملها خارج المنزل ومسئوليتها داخله.

د- المشاركة السياسية للمرأة.

ه- المساواة بين الرجل والمرأة.

و- عمالة الأطفال.

ز- المشكلات الاقتصادية في المجتمع.

٥- وأكد البحث أن الموضوعات الخاصة بالمرأة المصرية وتنميتها جاءت في ترتيب متأخر بين أولويات اهتمام معظم الصحف اليومية والأسبوعية والمجلات العامة والمجلات النسائية المتخصصة، وإن كانت هناك بعض الاستثناءات المحدودة، مقارنة باهتمام هذه الصحف بالاهتمامات التقليدية للمرأة كالموضة والتجميل والطهي وغير ذلك.

٦- هذا في الوقت الذي رأت فيه عينة القائمات بالاتصال في وسائل الإعلام أنفسهن أنه من الضروري أن يهتم الإعلام - خاصة الموجة إلى المرأة - ببعض القضايا لدفع المرأة خاصة الريفية للمشاركة في التنمية وهي: تعليم ومحو أمية المرأة، تنظيم الأسرة، التوسع في مشروعات تشـغيل المـرأة، التربية السليمة للأبناء، الدعوة لعمل المرأة الريفية، تدريب القيادات النسائية، التوعيـة السياسـية، الدعوة إلى ترشيد الاستهلاك.

٧- كما كشفت نتائج البحث أن وسائل الإعلام المصرية ما زالت تركز على الاهتمامات الخاصة بفئات عمرية معينة هن الناضجات في الغالب وأنها تهمل احتياجات المراهقات والمسـنات مـع بعـض الاستثناءات.

يؤكد العرض السابق أن قضايا تنمية المرأة لا تحظى بالاهتمام الكافي من وسائل الإعـلام الجمـاهيري المصرية خاصة المرأة الريفية، بل إن القرية المصرية نفسها وهي الوعاء الكبير الذي تنتمـي إليـه المـرأة الريفية مهملة، والاهتمام بقضاياها ومشكلاته لا يحظى باهتمام يوازي حجم سـكان الريـف فـي المجتمـع المصري.

كما أن وعي هذه الوسائل – في حالات كثيرة – بالأوضاع الراهنة للمرأة – خاصة في الريف – جزئـي وهامشي.

ثانيا: مدى اهتمام وسائل الإعلام بقضايا المرأة الريفية مقارنة بمدى تعرض المرأة لهذه الوسائل:

اتضح من البحث انعدام أو ضآلة اهتمام وسائل الإعلام المصرية بالمرأة المصرية الريفية عدا التليفزيون الذي أعطى اهتماما نسبيا لبعض قضايا المرأة الريفية وصل إلى ٢٣% من إجمالي اهتمامه بكـل قطاعـات المرأة المصرية وإن كان بعض القائمين بالاتصال في الصحف قد دبروا عدم اهتمام الصحافة بالمرأة الريفية؛ حتى وصل الأمر إلى انتشار الأمية بين الريفيات.

وإذا قارنا هذه النتائج – بما كشفت عنه دراسة الحالة بخصوص مدى تعرض النساء اللائـي شـملتهن الدراسة للصحف ووسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية فيمكن أن نخرج بالنتائج التالية:

١- كشف البحث عن انخفاض نسبة قراءة الصحف فعلاً بين النساء في عينة الريف المصري (كمشيش – الزرابي) لأسباب كثيرة منها الأمية، عدم وجود منافذ لبيـع الصـحف، الظـروف الاقتصـادية المتردية التي تجعل من شراء الصحف عبئًا ماديا لا تتحمله ميزانية الأسرة.

٢- معظم المتعلمات في عينة الحضر (حي مصر القديمة) يحرص على شـراء أكثـر مـن صـحيفة وقراءتها.

٣- لوحظ أن المتعلمات تعليما متوسطًا – في القريتين موضع الدراسة – يفضلن قراءة المواد الخفيفـة كالفن والحوادث والموضوعات الاجتماعية، في حين يفضل الحاصلات على مؤهل جامعي قـراءة

المواد الثقافية بينما لم يظهر هذا الاختلاف في عينة الحضر، فكل المتعلمات – بصرف النظر عن مستوى التعليم – يفضلن قراءة المواد السياسية والقضايا التي تهم المرأة والحوادث والموضوعات الصحية خاصة ما يتعلق بصحة الأطفال.

٤- لوحظ أن المرأة في عينة الحضر أكثر اهتماما بقراءة المجلات العامة أو المتخصصة من المرأة في عينة الريف.

٥- كما أن المرأة في عينة الحضر تهتم بما تقدمه هذه المجلات من مواد صحفية خاصة بالأزياء، في حين لا تهتم المرأة – في عينة الريف – بذلك إطلاقًا.

٦- أبدت عينة النساء – في الريف – عدم اهتمامهن بما يقدم للمرأة من خلال الصحف وعدم رضائهن عما يقدم، في حين أكدت المرأة في عينة الحضر اهتمامها بمتابعة هذه المواد الموجهة للمرأة وعبرن عن رضائهن عن هذه المواد لأنها في رأيهن تعالج قضاياهن وتعمل على رفع مستوى وعيهن بعدة قضايا، وإن كن يرين أن المواد الخاصة بالمرأة في الصحف تركز غالبا على قضايا المرأة في الأحياء غير الشعبية وتهمل قضايا المرأة في الأحياء الشعبية.

وبالنسبة للإذاعة والتليفزيون فقد اتضح من البحث ما يلي:

١- أن كل عينة البحث من النساء في الريف والحضر تقريبا يمتلكن جهاز راديو وأن غالبيتهن (٨٨,٥%) يمتلكن أجهزة تليفزيونية.

ولعل هذا يبين أهمية الراديو والتليفزيون بالنسبة للقاعدة العريضة من النساء في مصر خاصة الأميات منهن.

٢- أكثر المواد الإذاعية التي تلاقي اهتماما من النساء من عينة البحث في الريف والحضر هي القرآن الكريم، وبرنامج "إلى ربات البيوت" وانفردت النساء في عينة الريف بتفضيل برنامج "على الناصية" والبرامج الصحية، في حين فضلت عينة الحضر برنامج "لو كنت مكاني" الذي يعرض للمشكلات الاجتماعية عند المرأة، وكذلك أعربت عينة الحضر عن حرصها على متابعة نشرات الأخبار التي لم تنل اهتمام عينة الريف.

٣- حتلت فترة المساء ذروة المشاهدة بين عينة النساء العاملات خارج المنزل في الريف والحضر.

أما النساء اللائي لا يعملن خارج المنزل فإنهن يتابعن برنامج "صباح الخير يا مصر" الذي يعرض في الفترة الصباحية وبرنامج "حياتي" ويحظى برنامج "كلام من دهب" باهتمام المرأة في الحضر.

٤- أكدت كل النساء اللائي طبقت عليهن الدراسة أنهن يفضلن مشاهدة الأعمال الدرامية خاصة الأفلام العربية القديمة التي تعبر عن الحياة الواقعية للإنسان البسيط وتخلو من الألفاظ أو المشاهد الخارجة عن حدود الآداب العامة.

٥- بالنسبة لبرامج المرأة في الراديو والتليفزيون فقد رأت غالبية النساء اللائي طبقت عليهن الدراسة في ريف مصر أنها تركز على الموضوعات الخاصة بالأزياء والديكور والإتيكيت والطعام والتي لا تتلاءم مع عاداتهن "أو مستوياتهن" الاقتصادية غير أن بعضا من عينة النساء في قرية الزرابي ذكرن أنهن يستفدن من بعض هذه البرامج خاصة ما يتعلق بتربية الأبناء والتفصيل، في حين تهتم عينة المرأة في الحضر بمتابعة هذه البرامج.

٦- يرى غالبية عينة النساء في الريف والحضر أن الإعلانات التي تقدم في التليفزيون تمثل إهدارا للوقت وتثير التطلعات الاستهلاكية لدى الأطفال، وإن كانت عينة الحضر خاصة في الأحياء الشعبية يحرصن على متابعة الإعلانات التي تقدم الجوائز.

وإجمالاً لما سبق فقد ظهر الاتفاق بين نتائج الدراسة الميدانية على عينة من النساء في ريف مصر وحضرها ونتائج تحليل مضمون وسائل الإعلام الجماهيري حول أن وسائل الإعلام تركز على قضايا المرأة المصرية الحضرية – خاصة من الشرائح العليا والمتوسطة وتهمل قضايا المرأة في الأحياء الشعبية في الحضر وقضايا المرأة الريفية.

ثالثًا: صورة المرأة المصرية كما تطرحها وسائل الإعلام مقارنة بصورتها التي يراها القائمون بالاتصال.

رغم التحسن النسبي الذي طرأ على صورة المرأة المصرية – كما تقدمها وسائل الإعلام الجماهيري - إلا أن وسائل الإعلام لا تزال تركز على الاهتمامات التقليدية للمرأة، كما تحرص على إبراز الجوانب الأنثوية على حساب قدراتها كإنسانة وكمواطنه قادرة على الإسهام في تنمية مجتمعها.

كما أن المرأة الريفية تقدم في صورة بعيدة عن واقعها سواء من ناحية مظهرها الخارجي أو من حيث القضايا والمشكلات التي تواجهها.

وربما يرجع ذلك – في جانب منه، وكما كشفت نتائج دراسة القائمين بالاتصال – إلى أن نسبة كبيرة منهم لم تتح لهم فرص السفر إلى الريف لمعايشة واقع المرأة الريفية عن قرب، ويظهر هذا بوضوح أكبر في الصحف، رغم أن الذين أتيحت لهم هذه الفرصة أكدوا أن هذه الزيارات كان لها انعكاساتها الايجابية على معالجتهم لقضايا المرأة الريفية.

وبمقارنة هذه الصورة بواقع المرأة المصرية - كما ظهر من نتائج الدراسة الميدانية على عينة من النساء في الريف والحضر - يتضح ما يلي:

١- بينما تقدم وسائل الإعلام المرأة غالبا كأنثى وليس كإنسان تهتم بمشكلات مجتمعها ظهر من البحث الميداني أن هناك درجة عالية من الوعي لدى عينة الدراسة تجسد في الاهتمام بالمشكلات المعاصرة، مثل قضايا: الإرهاب، والغلاء، والفقر، والبطالة، والأمية، وزيادة السكان، كما جاءت قضية إدمان الشباب للمخدرات في مقدمة قضايا المجتمع التي أكدت عليها عينة النساء في الحضر.

٢- تظهر المرأة المصرية في وسائل الإعلام الجماهيرية في حالات كثيرة على أنها تبحث عن المظاهر والشكليات وتلهث وراء أحداث الموضوعات والتقليعات، ولا شيء يشغلها سوى الاهتمام بزينتها وأناقتها وجمالها، في حين كشفت الدراسة التي طبقت على عينة من النساء في ريف مصر وحضرها أنه رغم اهتمام المرأة فعلاً بهذه الأمور إلا أن هذا المؤشر كان واضحا بين عينة النساء في الحضر ولم يظهر إطلاقًا بين عينة النساء في الريف.

كما كشفت الدراسة عن المرأة المصرية - سواء في الريف أو الحضر – أنها تملك وعيا تتفاوت درجاته بالقضايا السياسية والاجتماعية الهامة في المجتمع المصري وسائر القضايا التي تثيرها وسائل الإعلام.

٣- تقدم المرأة المصرية أحيانًا على أنها عاطفية سطحية، تفضل المكوث في البيت بعد حصولها على شهادتها وعدم العمل خارجه.

في حين أوضحت الدراسة التي طبقت على عينة النساء أن غالبية أفراد هذه العينة يعملن خارج المنزل، وإن كان بعضهن لا يعمل كما في قرية (الزرابي) فإن هذا ليس رغبة منهن بل ضغط من التقاليد الاجتماعية السائدة والتي ترفض خروج المرأة للعمل خارج البيت.

٤- هناك جوانب الاتفاق والاختلاف بين ملامح صورة المرأة الريفية كما يتصورها غالبية القائمات بالاتصال في الإعلام النسائي – الذين شملتهم عينة البحث – وبين الصورة الحقيقية للمرأة الريفية، فملامح المرأة الريفية عند غالبية عينة القائمين بالاتصال لا تزيد على كونها مستسلمة للرجل، مسكينة، مغلوبة على أمرها، مقهورة، مطحونة، تتحكم فيها عادات موروثة، وتعاني من الأمية والمرض، قليلة الحيلة، تفتقر إلى الوعي، وتعطي بلا حدود دون أن يكون لها أية حقوق، وأنها أيضا غير قادرة على التفكير الصائب، سطحية غير قادرة على اتخاذ أية قرارات، وهي كثيرة الإنجاب، وتعمل من أجل الحصول على المال فقط، هذا وتختلف صورة المرأة الريفية لدى بعض القائمات بالاتصال؛ فهي تتميز بالطابع الإيجابي، وهي منتجة ومشاركة في التنمية وتعمل في صمت، بل إنها أحيانًا تكون أنشط من المرأة الحضرية، تدير دفة التنمية إلى جانب الرجل، وهي مضحية تشارك في أحداث الحياة، وتتميز بحسن التدبير والذكاء، وهي مساوية لزوجها تماما.

هذا فيما تكشف الدراسة التي طبقت على عينة من النساء في الريف في قريتي الزرابي وكمشيش الملامح التالية للمرأة الريفية:

- أنها تحترم زوجها وتحافظ على القيم التقليدية للأسرة المصرية، ويغلب على علاقتها بزوجها الاحترام المتبادل.
- أنها تحجم عن المشاركة السياسية في الانتخابات.
- أنها لا تؤمن بقدرة المرأة على الوصول إلى المناصب القيادية.
- أن المرأة ما زالت تخضع لنسق قيمي يعوق تنميتها أو تحسين وضعها داخل الأسرة، ويقابل الخروج على هذه القيم بالرفض من جانب المرأة نفسها.

- أنها أقل انفتاحا وأقل قدرة في التعامل مع الواقع في مجتمعها.
- أن المرأة المتعلمة أكثر حرصا على تأكيد أهمية تعليم الفتاة وعلى ضرورة أن تختار الفتاة زوجها دون ضغوط باعتباره وسيلة لتحقيق الذات والشعور بالمسئولية، بغض النظر عن وضع الزوج المادي، أما المرأة الأمية فترى أن العمل وسيلة لتحسين الأوضاع المادية للأسرة.
- تمارس المرأة – في عينة البحث في قرية كمشيش – حريتها في الإنفاق داخل الأسرة واتخاذ القرارات الخاصة بتعليم الأبناء وتربيتهم، ويتشاور معها الزوج لحل ما يعترض الأسرة من مشكلات.

كما كان لتلك المسلسلات دور في زيادة وعي النساء اللائي طبقت عليهن الدراسة بقضايا الأسرة والفرد، وقد أوضحت ذلك نتائج تحليل الأعمال الدرامية (أفلام – مسلسلات) التي عرضها التليفزيون وشملتها عينة البحث، فقد طرحت من خلال بعض المضامين ضرورة تعليم الأطفال في الريف، وأهمية عمل المرأة، أسس اختيار شريك الحياة، المغالاة في مظاهر الزواج، عمالة الأطفال في سن مبكرة، علاقة الحماة بزوجة الابن، العلاقات الزوجية، المشكلة السكانية خاصة في الريف.

وحملت هذه المضامين الكثير من القيم الإيجابية مثل التنمية والقيم والمشاركة والعمل والترشيد والبساطة والأمومة والتضحية والمودة والتعاطف والتعاون.

٥- إن قراءة الصحف ليست العامل الوحيد الفاعل في زيادة الوعي السياسي لدى المرأة وتشجيعها على المشاركة السياسية، فالعامل الأكثر تأثيرا هو نوعية الموضوعات التي تفضل المرأة قراءتها، وقد أوضحت نتائج تحليل مضمون الصحف محدودية اهتمام هذه الصحف بعملية تشجيع المرأة على ممارسة حقوقها السياسية، فلم تتجاوز نسبتها في الصحف اليومية ٤,٩% من إجمالي تناولها لقضايا المرأة والتنمية وجاءت بتكرارات محدودة في المجلات النسائية المتخصصة، ولم يتم تناولها إطلاقًا في الجرائد الأسبوعية والمجلات الأسبوعية العامة.

٦- كان لمتابعة الراديو والتليفزيون دور في تنمية الوعي السياسي لدى عينة النساء في حي "مصر القديمة" وقرية الزرابي اللائي خضعت للدراسة – في الوقت الذي لم يكن لهاتين الوسيلتين الدور نفسه في قرية كمشيش.

ومن الملاحظ هنا أن تناول الإذاعة والتليفزيون – كما كشفت عنه نتائج البحث – لقضية تشجيع المرأة على ممارسة حقوقها السياسية كان محدودا للغاية.

ب- التعليم:

كشف البحث عن النتائج التالية:

١- لم يظهر وجود ارتباط بين التعليم والانتظام في قراءة الصحف في قريتي البحث، غير أن الارتباط ظهر في عينة البحث في الحضر.

٢- كان لمتغير التعليم أثره في بعض الحالات على نوعية البرامج المفضلة في الإذاعة لدى عينة من النساء اللائي طبقت عليهن الدراسة في الريف والحضر؛ إذ ظهر أن المتعلمات كن حريصات على متابعة البرامج الصحية مثلا، في حين لم تهتم الأميات بهذه النوعية من البرامج.

غير أن هذا التأثير لم يظهر في حالات أخرى؛ حيث كانت الأميات والمتعلمات من نساء عينة الدراسة حريصات على متابعة البرامج الإخبارية في التليفزيون.

٣- اتضح عدم وجود ارتباط بين التعليم ودرجة الوعي السياسي بين عينة النساء في قرية كمشيش، غير أنه ظهر وجود ارتباط بين التعليم ودرجة الوعي السياسي بين عينة النساء في قرية الزرابى، غير أن هذا المتغير لم يؤثر في المشاركة السياسية عند عينة النساء وكان للتعليم دوره في الوعي السياسي والمشاركة السياسية في حي مصر القديمة، وقد أرجع هؤلاء النساء عدم مشاركتهن في الانتخابات إلى رفضهن "للمهزلة الانتخابية" كما أطلقن عليها.

٤- ظهر أيضا وجود ارتباط بين التعليم ومدى الوعي بقضايا المجتمع بين عينة النساء في قريتي البحث، في حين لم يظهر هذا الارتباط في مدى الوعي بقضايا الأسرة، فقد كشف التحليل أن المتعلمات في قرية الزرابي ركزن على قضايا أسرة ذات صبغة عامة مثل: الغلاء، والبطالة، في حين ركزت المتعلمات في قرية كمشيش على قضايا أسرية ذات صبغة شخصية، مثل: ضيق السكن، والخلافات العائلية.

أما في عينة النساء في الحضر فقد كانت الضغوط النفسية والعنف الأسري في مقدمة المشكلات التي تعاني منها المرأة المتعلمة، في حين ركزت المرأة الأمية على الغلاء،والبطالة، والمرض.

٥- كشف البحث عن عدم وجود ارتباط بين التعليم وتغيير القيم الاجتماعية السائدة خاصة ما يتعلق بالوضع المميز للزوج عند عينة النساء في القريتين، وإن كان هناك ارتباط بين التعليم والنظرة إلى تعليم الفتاة والمساواة بين الولد والبنت في المعاملة والتعليم واختيار الزوج دون ضغوط، في الوقت الذي لم يكن التعليم المتغير الرئيسي يؤكد على أهمية تعليم الفتاة في عينة الحضر، وإن ظهر هذا الارتباط في النظرة إلى عمل المرأة؛ فالمرأة الأمية في عينة النساء في الريف والحضر تنظر إلى التعليم كوسيلة لتحسين دخلها والمساهمة في رفع مستوى أسرتها، في حين تنظر إليه المرأة المتعلمة باعتباره وسيلة لتحقيق الذات واكتساب الاستقلالية والمكانة.

٦- اتضح من البحث أيضا وجود ارتباط ذي دلالة بين التعليم ومكانة المرأة داخل الأسرة في عينة الحضر فالمتعلمات يعاملن معاملة كريمة ومعظم الأميات في الحضر يعانين من علاقات زوجية متوترة تعاني فيها الزوجة من الاعتداء عليها بالضرب أو الإهمال.

غير أنه ظهر من تحليل نتائج عينة النساء في الريف عدم وجود ارتباط بين التعليم ووضع المرأة داخل الأسرة.

٧- ظهر أيضا أن تعليم الأم كان يمثل عاملاً مؤثرا في تعليم عينة البحث من النساء وذلك في قرية "الزرابي" حيث كانت أمهات النساء اللائي طبقت عليهن دراسة الحالة هن أيضا من المتعلمات في حين لم يظهر هذا الارتباط بين عينة النساء في قريتي "كمشيش" وحي "مصر القديمة".

ج- العمل:

١- كشفت الدراسة التي طبقت على عينة النساء في الريف والحضر عدم وجود ارتباط بين خروج المرأة للعمل والانتظام في قراءة الصحف، وإن ظهر تأثير نوعية العمل الذي تمارسه المرأة في مدى الانتظام في قراءة الصحف.

٢- ظهر من البحث وجود ارتباط بين خروج المرأة للعمل أكثر وبين أكثر الأوقات استماعا للإذاعة (فترة الصباح الباكر) ومشاهدة التليفزيون (الفترة المسائية) من جانب المرأة.

ولم يظهر وجود ارتباط بين نوعية العمل وتفضيلات المرأة لبرامج إذاعية وتليفزيونية معينة.

٣- اختلف تأثير العمل على الوعي السياسي والمشاركة السياسية لعينة الدراسة في قريتي الزرابي وكمشيش، ففي قرية "الزرابي" ظهر وجود ارتباط بين خروج المرأة للعمل وزيادة وعيها السياسي وإن لم يظهر هذا الارتباط في مدى مشاركتها السياسية، وفي قرية كمشيش لم يظهر ارتباط بين خروج المرأة للعمل وزيادة وعيها السياسي أو مشاركتها السياسية، وإن ظهر ارتباط بين نوعية عمل المرأة ومكانتها داخل الأسرة بين عينة النساء في قريتي الدراسة، ولم يظهر وجود مثل هذا الارتباط في حي مصر القديمة، فكثير من النساء العاملات – خاصة من الأميات – في عينة الحضر يعانين من قسوة الزوج وإهماله ولا يتمتعن بالمكانة والاحترام داخل الأسرة.

ومن العرض السابق يمكن القول أن وسائل الإعلام يمكن أن تساهم بدور مهم في تغيير الأوضاع الراهنة للمرأة المصرية عامة والمرأة الريفية خاصة وإن كان هذا يستلزم التنسيق والتكامل مع المؤسسات الاجتماعية والتربوية الأخرى في المجتمع، فقد ظهر أن هناك عوامل أخرى مؤثرة على تنمية المرأة ربما أكثر من تأثير وسائل الإعلام نفسها مثل: التعليم، والتقاليد، والمعتقدات السائدة (غير أن هناك جوانب أخرى ظهر أن لوسائل الإعلام فيها دورا أكبر).

كما اتضح من البحوث أن كل وسيلة إعلام لها خصوصيتها، ومن ثم فإن أدوارها ومهامها في عملية تنمية المرأة سواء في الريف أو الحضر تختلف عن الوسائل الأخرى.

فالصحف – كما اتضح من هذا البحث – كانت من العوامل ذات التأثير على مدى وعي المرأة بقضـاياها وقضايا مجتمعها.

وإن لم يكن لها هذا التأثير على زيادة الوعي السياسي للمرأة وتشجيعها على المشاركة السياسية، أو تبنيها لقيم اجتماعية مواتية للتنمية خاصة قيمتي العمل والمشاركة.

أما الإذاعة والتليفزيون فقد ظهر أن لهما تأثرا في بعض الحالات على زيادة الـوعي السياسـي للمـرأة، وكان للدراما التي تقدم من خلال التليفزيون دورها الملموس في تبني المرأة لقيم اجتماعية ايجابية يمكـن أن تسهم في تغيير بعض الأفكار السائدة حول وضع المرأة ومكانتها.

ومن هنا فإنه من المهم إعطاء أهمية خاصة لدور الإذاعة في التوجه للمرأة خاصة الريفية بسبب انتشـار الأمية بين قطاعات المرأة المصرية في الريف.

التوصيات:

في ضوء الاستخلاصات التي سبق عرضها تبرز مجموعة من الضرورات نجملها على النحو التالي:

١- توصيات ذات طابع استراتيجي.

٢- توصيات ذات طابع إجرائي.

وهناك عدة مستويات تنضوي تحتها هذه التوصيات وتشمل:

١- المستوى الحكومي الرسمي.

٢- المنظمات النسائية ومراكز البحوث والجامعات.

٣- مستوى وسائل الإعلام.

٤- المستوى الدولي.

فيما يتعلق بالإطار الاستراتيجي تبرز التوصية التالية، هناك حاجة ملحة لوضع استراتيجية قومية لتنميـة المرأة المصرية كإنسانة وكمواطنة تستهدف إزالة كافة المعوقات الاجتماعية والثقافية والقانونية التي تحـول دون تطوير قدراتها ومشاركتها بصورة فعالة في مواجهة التحديات التي تفرضها ظروف العصر من ناحيـة والوضعية الخاصة للمجتمع المصري من ناحية أخرى، مع مراعاة أن تتضمن هـذه الاسـتراتيجية الأبعـاد التالية:

١- البعد التنموي:

والمقصود به إدراج هذه الاستراتيجية ضمن خطة التنمية الشاملة للدولة بحيث تصبح جزءا عضويا مـن قائمة الأولويات القومية التي يلتزم بها صانع القرار السياسي.

٢- البعد الاقتصادي.

ويعني أن تعرف الاستراتيجية القومية بمشاركة المرأة المصرية الفعلية بالنشـاط الاقتصـادي والعمـل، وبصفة خاصة مشاركة المرأة الريفية في القطاع غير الرسمي؛ مما يستلزم استصدار القـوانين والقـرارات اللازمة لتوفير التأمين الاجتماعي وصور الحماية القانونية الأخرى للعاملات الريفيات طبقًا للمـادة ١١، ١٤ من اتفاقية المرأة، وأن توفر وسائل الرقابة على تطبيق أحكام قوانين العمل بالنسبة للمرأة.

٣- الأبعاد القانونية والاجتماعية:

وتستهدف ضمان أن تكفل الاستراتيجية القومية للمرأة وسائل القضاء على التمييـز ضـد المـرأة فـي التشريعات وفي الممارسات، خاصة ما يتعلق بقانون الجنسية وقوانين الأحوال الشخصية، وأن تتبنى إصـدار نموذج جديد لعقد الزواج يستخدم مرحليا كأداة لرفع الوعي بالخيارات المختلفة المتاحة طبقًا لقانون الأحـوال الشخصية الحالي مما قد يساعد على إحداث انفراجة في حل مشاكل الطلاق وتعدد الزوجات.

٤- البعد التعليمي والثقافي:

رغم أن القانون المصري قد كفل المساواة المكفولة بين المواطنين ذكورا وإناثًا في مجـال التعلـيم إلا أن العادات والتقاليد خصوصا في المناطق الريفية لا تشجع تعليم البنات فيما بعد المرحلة الابتدائية؛ حيث يمكـن الاستفادة منهن في الأعمال المنزلية أو في الزراعة. وتشير الإحصاءات الرسمية إلى أن نسبة الأميـة بـين النساء بلغت ٦٢,٥% بينما تبلغ بين الذكور ٣٧,٤% وتشير الدراسات الميدانية التي أجريت في هذا المجـال إلى وجود تمييز فعلي ضد المرأة في مجال التعليم يرجع إلى العادات والتقاليد من ناحية وإلى الزوج المبكـر للإناث من ناحية أخرى؛ مما يستلزم ضرورة رفع المستوى الاجتماعي بأهميـة دور المـرأة فـي التنميـة الاقتصادية والاجتماعية والتشديد على نشر الوعي بأهمية تعليم المرأة كشرط أساسي لحسن أدائها لأدوارهـا التقليدية كزوجة وأم.

٥- البعد الإعلامي:

ويتطلب توظيف وسائل الإعلام المقروءة والمرئية والمسموعة توظيفًا سليما يساعد على تحقيـق أهـداف الاستراتيجية القومية للمرأة، وذلك بإبراز الصور الإيجابية لدور المرأة الفاعل سواء في الأسرة أو المجتمـع والإسهام في محو أميتها وتطوير قدراتها ومهاراتها عبر تنفيذ برامج إعلامية مدروسة، مترجمةً السياسـات الاتصالية التي تراعي التوازن في عرض الأدوار والإنجازات والمسئوليات الاجتماعية والسياسية والثقافيـة والعلمية لكل من الرجال والنساء، ومستهدفةً تشكيل رؤية مجتمعية منصفة لأدوار المرأة ومسئولياتها الفعلية.

٦- البعد السياسي:

رغم ما تعانيه المرأة المصرية من نقص الوعي بأهمية وأسلوب ممارسة حقوقها السياسـية إلا أن نسـبة مشاركتها في الانتخابات أعلى في الريف منها في الحضر نظرا لانتشار العصبيات الأسـرية والقبليـة فـي الريف، وقد ساعد على استمرار هذا الوضع غياب الأحزاب السياسية والتنظيمات الحكومية عن الريف وعدم وجود حركة منظمة موحدة للمرأة المصرية تتولى مسئولية توعية المرأة وتشجيعها وترشيد حركتهـا ورفـع مستواها الحضاري والاجتماعي والاقتصادي. وهنا تبرز الحاجة إلى خلق آليات منظمـة ومسـتمرة تقـوم بتجميع الجهود والموارد والتنسيق بين التنظيمات المختلفة حكومية وغير حكومية والعمل على رفع مسـتوى الوعي لدى المرأة المصرية (في الريف والحضر) بحقوقها السياسية وإزالـة العوائـق التـي تحـول دول ممارستها لهذه الحقوق.

الإطار الإجرائي للتوصيات:

المستوى الحكومي:

١- ضرورة استحداث جهاز تنفيذي مستقل وموحد يتولى مسئولية تنفيـذ ومراقبـة تطبيـق القـوانين والقرارات المؤثرة على الاستراتيجية القومية للمرأة المصرية، ويمكن أن يأخذ هذا الجهـاز شـكل المجلس لشئون المرأة أو شكل وزارة المرأة.

٢- دعم وتعزيز تعليم المرأة وتدريبها وتوظيفها بقصد ضمان وصول المرأة على أساس المساواة إلـى جميع المواقع القيادية المتاحة في مختلف المجالات بما فيها المؤسسات الإعلامية.

٣- تمكين المرأة من خلال تطوير مهاراتها من المشاركة في صـنع القـرارات المتعلقـة باسـتخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

٤- تمكين المرأة من المشاركة في إرساء وحماية التشريعات الخاصة بحرية التعبير في كافة المجالات والمواقع وعلى الأخص في وسائل الإعلام.

مستوى المنظمات النسائية ومراكز البحوث والجامعات:

١- يتعين خلق شبكة من الاتصالات والتنسيق بين المنظمات النسائية الحكومية وغير الحكومية بهـدف توحيد الجهود النسائية وخلق حركة منظمة وموحدة للمرأة المصرية تتولى مراقبة تنفيـذ القـوانين والمطالبة بالتعديلات التشريعية اللازمة والدفاع عن قضايا المرأة في الريف والحضر.

٢- إعداد دورات تدريبية للنساء في الريف والحضر لمحو الأمية الثقافية والقانونية وتطوير المهـارات ونشر الوعي بقضايا المرأة وأهمية إدماجها في عملية التنمية.

٣- تسهيل إعداد دليل بأسماء الخبيرات في كافة مجالات العمل الوطني وعلى الأخـص فـي مجـال الإعلام.

٤- تزويد وسائل الإعلام بالمعلومات والمواد الإعلامية الخاصة بالأنظمة النسائية.

٥- إنتاج البرامج الإعلامية ذات الطابع التثقيفي وبثها من خلال الفيديو وضمان توصيلها إلى المناطق الريفية التي لا تتوفر فيها وسائل الإعلام الأخرى.

٦- ضرورة أن تولي مراكز البحوث والجامعات اهتماما خاصا لتشجيع الباحثين على إعداد البحوث التطبيقية والميدانية عن أوضاع المرأة المصرية في الريف والحضر مع مراعاة أن تشمل كافة الشرائح الاجتماعية والثقافية وعلى الأخص في صعيد مصر والأحياء العشوائية في العاصمة.

ضرورة أن تسعى القيادات الأكاديمية في مجال البحث الاجتماعي لتأسيس وتأصيل الفرع الخاص بعلم اجتماع المرأة بحيث يصبح قادرا على تزويد سائر العلوم الاجتماعية وفي قلبها علوم الإعلام والاتصال بالبحوث والدراسات الأساسية الخاصة بالمرأة المصرية في الريف والحضر.

مستوى وسائل الإعلام:

١- ضرورة التنسيق بين وسائل الإعلام المقروءة والمرئية والمسموعة لوضع سياسة إعلامية موحدة لقضايا المرأة المصرية تعمل على مراعاة التوازن والإنصاف في عرض الصور الإيجابية للمرأة وإبراز إنجازاتها في مجالات الإنتاج والأسرة والإبداع الفكري والعملي، والإسهام في حل مشاكلها، ومحو أميتها، وتطور أدائها المهني، وإزالة العقبات التي تحول دون مشاركتها في تنمية مجتمعها، والنهوض بها على قدم المساواة مع الرجال.

٢- ضرورة قيام وسائل الاتصال الجماهيري (الصحافة – الراديو – التليفزيون) بإجراء استطلاعية دورية منظمة للتعرف على اتجاهات الجمهور واحتياجاته. وفي إطار ذلك تتحدد مسئولية القائمين على الإعلام النسائي بإيلاء اهتمام خاص للتعرف على خريطة الجماهير النسائية وتحديد سماتها الواقعية ومشاكلها الفعلية واحتياجاتها الحقيقية ومتابعة التطورات السلبية والإيجابية التي تطرأ على هذه الخريطة بفعل التغيرات والأحداث المجتمعية مع مراعاة الاستعانة بنتائج هذه الاستطلاعات في رسم وتحديد التوجهات العامة للسياسة الإعلامية في مجال الإعلام النسائي.

٣- كسر الحلقة التي تفصل بين الممارسين الإعلاميين في مجال إعلام المرأة والأكاديميين في مجال العلوم الاجتماعية وعلى الأخص علوم الإعلام والاتصال وخلق جسر من التواصل لتبادل المعرفية والمهنية سعيا للتوصل إلى صيغة تساعد على تطوير الإعلام النسائي وتصحيح مساره بما يكفل قيام وسائل الإعلام بمسئولياتها الاجتماعية والثقافية إزاء قضايا المرأة.

٤- ضرورة التوسع في عقد الدورات التدريبية وحلقات النقاش للإعلاميات والإعلاميين وعلى الأخص القيادات الإعلامية حول قضايا المرأة المصرية الريفية والحضر.

٥- تشجيع إنتاج الأفلام والمسلسلات والبرامج الإعلامية التي تبرز الدور الوطني والاجتماعي للمرأة المصرية وتوثيق هذه المواد كي تبقى للأجيال القادمة.

٦- حث وسائل الإعلام على مراعاة عدم تكريس التحيز الجنسي الذي تعاني منه الطفلة (الأنثى) في الريف والحضر وخاصة في الشرائح الفقيرة والذي ينعكس سلبيا على مختلف نواحي حياتها النفسية والاجتماعية وذلك للمساعدة على خلق تنشئة اجتماعية متكافئة بين الجنسين.

٧- تشجيع عدم قصر الاشتغال في الإعلام النسائي على النساء دون الرجال باعتبار أن قضية المرأة قضية مجتمعية تخص النساء والرجال معا.

٨- تعزيز دور النساء العاملات في وسائل الإعلام واشتراكهن في تخطيط وضع القرار على كافة المستويات في المؤسسات الإعلامية المختلفة وذلك بالعمل على مساواتهن بزملائهن والترقي في فرص التدريب والسفر للخارج.

٩- حث الاتحادات والنقابات الإعلامية على إعداد مواثيق شرف خاصة بالإعلام النسائي تكفل الالتزام من جانب وسائل الإعلام بعرض صورة إيجابية تتسم بالإنصاف والتوازن للمرأة المصرية في الريف والحضر وتتضمن عدم استغلال صورة المرأة في الإعلانات والابتعاد عن القوالب النمطية السلبية الشائعة عن المرأة في وسائل الإعلام.

١٠- تشجيع وسائل الإعلام على الاستفادة بالموروث الثقافي واستلهام الجوانب الإيجابية في التراث الاجتماعي والثقافي المصري والعربي من قصة ومسرح وشعر ونصوص تراثية واستخدامها بصورة إبداعية مبتكرة في صياغة الأشكال الفنية التي اتضح أنها أكثر تأثيرا على المرأة خاصة الأشكال الدرامية.

١١- ضرورة التنسيق بين المؤسسات الإعلامية والتنظيمات النسائية، ومراكز البحوث لوضع اهتمامات مشتركة تحدد الأولويات وأساليب التناول الإعلامي وتراعي عدالة توزيع الاهتمام الإعلامي على المرأة المصرية في الريف والحضر سواء من حيث الانتماءات الطبقية والثقافية أو الأجيال والمهن.

١٢- حث وسائل الإعلام على القيام بحملات في الصحف والراديو والتليفزيون تركز على المساواة بين الجنسين وأدوار الجنسين التي لا تقوم على القوالب النمطية داخل الأسرة وتنشر الوعي القانوني والاجتماعي الكفيل بالقضاء على جميع أشكال العنف ضد المرأة بما فيها العنف الأسري.

على المستوى الإقليمي والدولي:

١- تأسيس شبكة اتصال للتنسيق بين المؤسسات الإعلامية المصرية والمنظمات العربية والدولية لتبادل المواد والبرامج الإعلامية التي تتناول بصورة إيجابية قضايا المرأة ومشكلاتها ودورها في خطط التنمية.

٢- توظيف القمر الصناعي العربي (عرب سات) لبث البرامج الإعلامية التي تعزز دور المرأة وإدماجها في عملية التنمية.

٣- تشجيع الإنتاج العربي والدولي المشترك للأفلام والمسلسلات التي تتناول قضايا المرأة وأدوارها في ضوء مستجدات العصر.

٤- حث الإعلام المصري على الاستفادة من المواد والبرامج الإعلامية الأجنبية التي تعالج قضايا المرأة وتتميز بالمحتوى الإنساني والثقافي والاجتماعي والتربوي الهادف مع مراعاة التحذير من الإسراف في النقل والاقتباس دون مراعاة للخصوصية الثقافية والاجتماعية للمجتمع المصري بنسائه ورجاله.

٥- مطالبة الهيئات الإقليمية والدولية بدعم وتمويل المشروعات التي تستهدف تطوير الأداء المهني للإعلاميات والتي تتمثل فيما يلي:

أ- تنظيم الدورات التدريبية المتواصلة.

ب- تأسيس شبكة معلومات عن المرأة المصرية في الريف والحضر.

٦- مطالبة الهيئات الإقليمية والدولية بدعم وتمويل المشروعات البحثية لإجراء دراسات مسحية شاملة عن المرأة المصرية في الريف والحضر وتحديد خريطة احتياجاتها الحقيقية ومشاكلها الفعلية، مع مراعاة تزويد وسائل الإعلام بنتائج هذه البحوث للاستفادة بها في تطوير المواد والبرامج الإعلامية الخاصة بالمرأة.

٧- تشجيع الهيئات الدولية والإقليمية على إعداد مشروعات مشتركة لمحو أهمية المرأة الريفية ولتشجيعها على المشاركة في الأنشطة التنموية والبيئية والمحلية.

٨- مطالب الهيئات الدولية بتقديم كافة أشكال الدعم والتمويل لتأسيس مراكز جديدة للنهوض بالمرأة الريفية في كافة المجالات الصحية والثقافية والاقتصادية والاجتماعية؛ على أن تسعى هذه المراكز لتأهيل وتدريب المرأة الريفية على استخدام التكنولوجيا الملائمة والعمل على خلق وإنشاء وسائل الاتصال البديلة التي تساعد على تشكيل الوعي المجتمعي المستنير لدى المرأة الريفية.